

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

*stavolta parliamo di ... “Web e lavoro da inventare”*

Con questo nuovo numero ci dedichiamo ad un tema 'di frontiera'. Il lavoro che manca. Ne soffrono in molti, soprattutto i giovani. Non si tratta di una congiuntura passeggera, bensì di un passaggio epocale. In sintesi, possiamo dire che il terzo mondo è diventato la 'fabbrica' del pianeta e i paesi dell'OCSE corrono verso un profondo riposizionamento nella divisione internazionale del lavoro.

Da un lato la finanziarizzazione dell'economia globale e dall'altro la delocalizzazione dei capitali verso siti produttivi più convenienti spingono le società avanzate a cercare nuove strade per costruire reddito nei territori tradizionali. In particolare, la strada maestra è costituita dai lavori ad alto valore aggiunto, cioè quelli capaci di incorporare nel prodotto elevati tassi di innovazione e di ricaduta scientifica e tecnologica. In questa prospettiva, quindi, la capacità di



progettare nuove soluzioni, il valore della ricerca, il ruolo dell'invenzione e del progresso tecnico, l'industrializzazione del settore terziario avanzato, tutto ciò costituisce l'insieme dei fattori per una nuova rivoluzione post-industriale. Che è cominciata da molto tempo.

Alcuni paesi sono molto avanti in questo, altri arrancano, altri galleggiano verso il declino. In Italia sono tuttora proposte riforme che non riescono ad aggredire le esigenze poste dai nuovi scenari. I giovani sono, da un lato, le prime vittime del cambiamento, degli squilibri, e dei ritardi. Dall'altro, sono anche i soggetti più predisposti a lanciare il cuore al di là dell'ostacolo.

Un loro prezioso alleato è oggi costituito dall'insieme dei new media, in particolare da quelli maggiormente collegati alle reti informatiche, comunicative, cibernetiche. Nel web corre l'innovazione, il continuo lancio di proposte, e lo scambio frenetico di social network, di conoscenze, di know how. In particolare, nel web si diffondono i progetti di lavoro e di impresa. Sono spesso tentativi artigianali, altre volte sono in grado di cambiare profondamente le strutture produttive, di offrire opportunità di reddito e di lavoro. La ricerca di finanziamenti è uno degli aspetti più critici e più esplorati da parte di chi (si tratta in genere di piccoli gruppi di iniziatori) vuole aprirsi una strada con le proprie mani.

Di questo parliamo in questo numero. *Buona lettura.*

# Il Quinto Cielo

# News letter

## Giugno 2013 – N°10

### In questo numero ... **Web e lavoro da inventare**

- 3 Il Contenuto generato dagli utenti
- 4 Cosa è il Crowdsourcing
- 11 La “Saggezza della folla”
- 13 I “Ponti Sociali” di Granovetter
- 15 Cosa è il Crowdfunding
- 15 Facciamo il punto sul crowdfunding in Italia. Un convegno a Torino
- 16 Lista descrittiva delle piattaforme di Crowdfunding italiane
- 19 Il quadro normativo per le Piattaforme italiane di crowdfunding
- 19 Un sistema inventato da un italiano
- 20 Cosa è il Social lending
- 20 Cosa è il Giornalismo partecipativo
- 23 Cosa è uno Spin-off
- 24 Cosa è una Startup company
- 25 Cosa è un Incubatore aziendale
- 29 Riforma Fornero: dopo nove mesi più licenziati e più precari
- 31 Scheda: Riforma Fornero in sintesi
  
- 32 **ARTISTICA.** *Berenice Abbott e la “Straight photography”. Le foto di “Changing New York”*
- 34 **ARTISTICA.** *“Dietro il sole e la notte”. Poesia di Djuna Barnes.*

# Il Quinto Cielo

# News letter

## Giugno 2013 – N°10

### Il Contenuto generato dagli utenti

<http://it.wikipedia.org>

Il contenuto generato dagli utenti (*User-Generated Content* o UGC in inglese) è ogni materiale disponibile sul web prodotto da utenti invece che da società specializzate.

L'espressione è diventata di uso comune a partire dal 2005 (anche se veniva utilizzato precedentemente) negli ambienti dell'editoria sul web (*web publishing*) e dei new media. Questo fenomeno è visto come un sintomo della democratizzazione della produzione di contenuti multimediali reso possibile dalla diffusione di soluzioni hardware e software semplici e a basso costo.

L'OCSE (*Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico*) ha definito tre caratteristiche centrali per gli UGC:

1. **Requisiti di pubblicazione:** sebbene gli UGC possano essere elaborati da un utente e mai pubblicati in rete o altrove, prenderemo in considerazione quegli UGC che vengono pubblicati in un qualche contesto, che sia su un sito internet accessibile da tutti o su una pagina di un social network ristretto a un gruppo selezionato di persone (per esempio: studenti universitari). Sono quindi esclusi contenuti diffusi tramite e-mail, chat e simili.
2. **Sforzo creativo:** questo implica che una certa quantità di sforzo creativo sia impiegato nella costruzione del materiale o nell'adattamento di qualcosa di preesistente per creare qualcosa di nuovo. Gli utenti devono cioè aggiungere un proprio valore al lavoro. Lo sforzo creativo dietro agli UGC spesso ha un elemento collaborativo, come nel caso di siti web che gli utenti possono cambiare collaborativamente. Per esempio, copiare semplicemente un pezzo di uno show televisivo e "postarlo" in un sito web che pubblica materiale video (attività frequente nei siti UGC) non può essere considerato UGC. Se un utente carica le sue fotografie, oppure esprime i suoi pensieri in un blog o crea un nuovo video musicale, questo può essere considerato UGC. Tuttavia è difficile stabilire quale sia il livello minimo di sforzo creativo ammissibile: la valutazione dipende infatti anche dal contesto.
3. **Creazione al di fuori delle pratiche e delle routine professionali:** il contenuto generato dagli utenti è generalmente creato fuori dalle routine e dalle pratiche professionali. Spesso non ha un contesto di mercato istituzionale o commerciale. In casi estremi, l'UGC può essere prodotto da non professionisti senza l'attesa di un profitto o di una remunerazione. Fattori motivazionali includono: la connessione con altri utenti, ottenere un certo livello di notorietà, prestigio e il desiderio di esprimersi.

### Esempi

Esempi di contenuto generato dagli utenti sono foto e video digitali resi disponibili online, blog, podcast e wiki. Esempi di siti web che si basano su questa filosofia sono Flickr, Friends Reunited, FourDocs, OpenStreetMap, YouTube, Second Life, Foursquare e Wikipedia.

Una declinazione del contenuto generato dagli utenti è lo *user generated marketing*, pubblicità, messaggi e comunicazioni create dagli utenti.

L'avvento del contenuto generato dagli utenti segna una svolta nelle aziende che si occupano di media, dalla creazione di contenuti on line alla creazione di ambienti e strumenti per permettere a non professionisti (ovvero la "gente comune") di pubblicare i propri contenuti in luoghi importanti.

# Il Quinto Cielo

# News letter

## Giugno 2013 – N°10

La *British Broadcasting Corporation* (BBC) organizzò un gruppo di prova "*User-Generated Content*" (UGC), composto da tre persone, nell'aprile del 2005. A seguito dell'attacco terroristico di Londra del 7 luglio 2005 e dell'incendio del deposito petrolifero dell'Hertfordshire nello stesso anno, il gruppo divenne permanente e venne ampliato, riflettendo l'arrivo del giornalismo partecipativo (*citizen journalism*) nei media principali. Durante il disastro di Buncefield, la BBC ricevette oltre 5.000 foto dai suoi spettatori. Il dibattito sulle vignette di Maometto (gennaio 2006) portò a ricevere oltre 22.000 email da parte degli spettatori nelle prime due settimane. Di norma la BBC non remunera i contenuti generati dai suoi spettatori.

In anni recenti i contenuti generati dagli utenti sono stati per alcuni di essi una strada verso il successo. La canzone umoristica *Because I Got High*, di Afroman, divenne la più richiesta nelle radio statunitensi nel luglio 2002, grazie al suo successo su Napster. Nell'estate del 2006, Brooke Brodack siglò un contratto per lo sviluppo di talenti, dopo la comparsa delle sue brevi scenette su YouTube. Le aziende si stanno sempre più interessando allo sfruttamento di spazi intesi in origine per i contenuti generati dagli utenti, come evidenziato dallo scandalo *Lonelygirl* su YouTube, dove un finto videoblog venne usato per promuovere una aspirante attrice.

### Cosa è il Crowdsourcing

<http://it.wikipedia.org>

Il *crowdsourcing* (da *crowd*, "folla", e *outsourcing*, "esternalizzazione di una parte delle proprie attività") è un modello di business nel quale un'azienda o un'istituzione affida la progettazione, la realizzazione o lo sviluppo di un progetto, oggetto o idea ad un insieme indefinito di persone non organizzate precedentemente. Questo processo viene favorito dagli strumenti che mette a disposizione il web. Solitamente il meccanismo delle *open call* viene reso disponibile attraverso dei portali presenti sulla rete internet.

Ad esempio, al pubblico può essere richiesto di sviluppare nuove tecnologie, portare avanti un'attività di progettazione, definire o sviluppare un algoritmo, o aiutare a registrare, sistematizzare o analizzare grandi quantità di dati.

Il crowdsourcing inizialmente si basava sul lavoro di volontari ed appassionati che dedicavano il loro tempo libero a creare contenuti e risolvere problemi. La *community "open source"* è stata la prima a trovarne beneficio. L'enciclopedia Wikipedia viene considerata da molti un esempio di crowdsourcing volontario.

Oggi il crowdsourcing rappresenta per le aziende un nuovo modello di "*open enterprise*" (impresa aperta); per i *freelance* (battitori liberi) diventa la possibilità di offrire i propri servizi su un mercato globale.

Questo termine è usato spesso da aziende, giornalisti e altre categorie per riferirsi alla tendenza a strutturare la collaborazione di massa, resa possibile dalle nuove tecnologie del Web, per raggiungere determinati obiettivi. Ciononostante, sia il termine che i modelli di business che sottintende sono oggetto di controversie e critiche.

James Surowiecki con il suo libro *La saggezza della folla* si ispira nel titolo a quello ben più pessimista di Charles Mackay (*La pazzia delle folle. Ovvero le grandi illusioni collettive*), ed è da considerare fra gli osservatori più ottimisti del fenomeno, nonostante ponga paletti ben definiti. Fra gli altri, perché la folla sia superiore al gruppo degli esperti e non cada facilmente in errori

# Il Quinto Cielo

# News letter

## Giugno 2013 – N°10

grossolani e catastrofici deve essere rispettato un principio d'attitudine all'abilità quanto alla diversità ... .

### **Origini**

Il termine crowdsourcing è stato usato per la prima volta da Jeff Howe in un articolo del giugno 2006 per la rivista *Wired*, dal titolo *The Rise of Crowdsourcing*. «*Le conclusioni di Lakhani possono essere una novità per il mondo delle imprese e della ricerca scientifica applicata, settori dove da molti decenni vige la specializzazione. Ma combaciano alla perfezione con i risultati di decenni di ricerche di sociologia economica, ribadendo un principio che i sociologi chiamano la "forza dei legami deboli"*» (Jeff Howe, *Crowdsourcing*, pag.101). Secondo Howe, la potenzialità del crowdsourcing si basa sul concetto che, siccome si tratta di una richiesta aperta a più persone, si potranno riunire quelle più adatte a svolgere determinate attività, a risolvere problemi di una certa complessità, e a contribuire con idee nuove e sempre più utili. Grazie ai recenti sviluppi tecnologici, si è assistito a una grande diminuzione dei costi dei computer e di altri apparecchi digitali, che ha portato a una riduzione del divario fra professionisti e amatori del settore. In questo modo le aziende hanno la possibilità di sfruttare il talento della grande massa di utenti.

Nel settembre 2010, Henk van Ess ha dato una definizione meno "commerciale" del termine; secondo lui, infatti, il crowdsourcing consiste nell'indirizzare il desiderio degli esperti di risolvere un problema e poi condividere liberamente la risposta con chiunque.

Di recente la rete Internet è stata usata per pubblicizzare e gestire varie attività di crowdsourcing, ma molti altri progetti basati sull'utilizzo dell'intelligenza collettiva sono stati portati avanti ben prima dell'introduzione di questo neologismo.

### **Il problema della definizione**

A causa della definizione imprecisa fornita da Jeff Howe e altri autori, si è arrivati al punto in cui il complesso delle attività collaborative, online o meno, sono state identificate con il crowdsourcing in maniera erranea. Tralasciando l'implicita imprecisione della definizione, si presenta il problema che nella letteratura scientifica riguardante il crowdsourcing esistono attualmente più di quaranta definizioni distinte del termine. Diversi autori hanno fornito definizioni del crowdsourcing basandosi solo sulle sue specialità, andando così a perdere la visione del termine nel suo complesso.

Estellés y González (2012), avendo effettuato uno studio approfondito di più di quaranta definizioni del termine crowdsourcing propongono una nuova definizione integratrice: «*Il crowdsourcing è una tipologia di attività online partecipativa nella quale una persona, istituzione, organizzazione non a scopo di lucro o azienda propone ad un gruppo di individui, mediante un annuncio aperto e flessibile, la realizzazione libera e volontaria di un compito specifico. La realizzazione di tale compito, di complessità e modularità variabile, e nella quale il gruppo di riferimento deve partecipare apportando lavoro, denaro, conoscenze e/o esperienza, implica sempre un beneficio per ambe le parti. L'utente otterrà, a cambio della sua partecipazione, il soddisfacimento di una concreta necessità, economica, di riconoscimento sociale, di autostima, o di sviluppo di capacità personali. Il crowdsourcer d'altro canto, otterrà e utilizzerà a proprio beneficio il contributo offerto dall'utente, la cui forma dipenderà dal tipo di attività realizzata*».

### **Sviluppo dell'intelligenza collettiva**

Scelta casualmente, una folla rimane caotica se non soddisfa precisi requisiti, tali da renderla

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

intelligenza collettiva:

- ⌚ il problema da risolvere presenta serie difficoltà;
- ⌚ gli iscritti hanno delle capacità in merito;
- ⌚ avere standardizzato procedure di selezione degli interventi;
- ⌚ un numero di contributori tale da permettere coerenza nella modularità interna e indipendenza di ognuno di essi da tutto ciò che ne riduce la diversità (nell'incontro il dibattito crea consenso) di pensiero come ricchezza.

#### Modelli di Crowdsourcing basati sull'intelligenza collettiva

- ⌚ Mercato dei futures o delle informazioni: a differenza di un sondaggio dove la conoscenza di un contributo intelligente ha lo stesso valore di uno ignorante, in questo contesto si può agevolare meglio la condivisione dei motivi che portano a determinate scelte (Intrade, Iowa Electronic Markets, Policy Analysis Market, Hollywood Stock Exchange, Inkling Markets).
- ⌚ Crowdcasting o network del problem solving: utilizza grandi community di esperti in vari campi della ricerca dove affrontano dei problemi che per i proibitivi costi non si possono risolvere nei centri tradizionali del sapere (InnoCentive, Netflix Prize, Prize4Life).
- ⌚ Idea jam: una concentrazione di idee come un grande brainstorming virtuale impiega strumenti di confronto limitato in precisi spazi sincronizzati di sessioni specifiche tenute durante limitati periodi di tempo (Innovation Jam, Dell IdeaStorm).
- ⌚ Modello misto o ibrido: composto dai modelli precedenti in tutte le varianti di contenuto generato dagli utenti (Marketocracy, Ushahidi, Wikipedia, YouTube).

#### Caratteristiche

Il crowdsourcing può essere visto essenzialmente come un modello di produzione e risoluzione dei problemi. Nell'accezione classica del termine, viene richiesta la risoluzione di un determinato problema a un gruppo non definito di persone. Gli utenti, la "crowd" (folla), solitamente si riuniscono in comunità online, le quali forniscono una serie di soluzioni, che vengono poi vagliate dal gruppo stesso alla ricerca delle soluzioni più adatte. Queste soluzioni appartengono all'istituzione o all'individuo che ha inizialmente presentato il problema e gli utenti che hanno contribuito a trovarle in alcuni casi vengono ricompensati in denaro o con premi o riconoscimenti, in altri con la semplice soddisfazione intellettuale. Grazie al crowdsourcing, le soluzioni possono provenire da utenti non professionisti o volontari che lavorano al problema nel loro tempo libero, o da esperti e piccole imprese che erano sconosciute all'istituzione committente. Jeff Howe distingue quattro diverse strategie di crowdsourcing:

1. *crowdfunding* (finanziamento collettivo)
2. *crowdcreation* (creazione collettiva)
3. *crowdvoting* (votazione collettiva)
4. *crowd wisdom* (saggezza della folla)

Il termine viene spesso usato anche per riferirsi a situazioni in cui le aziende non si rivolgono alla massa intera di utenti ma solo ad alcuni individui. Benefici del crowdsourcing rispetto ai tradizionali metodi di problem solving:

- ⌚ i problemi vengono studiati ad un costo relativamente basso e di solito in breve tempo;
- ⌚ il pagamento si basa sul risultato o non è previsto, dunque gli utenti sono spesso stimolati

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

- da una pura ricerca di personale soddisfazione intellettuale e non da un premio in denaro;
- ⌚ l'organizzazione committente può avvalersi di un numero di esperti maggiore di quelli già presenti all'interno dell'organizzazione stessa;
- ⌚ ascoltando la massa di utenti, le organizzazioni hanno la possibilità di conoscere direttamente i desideri dei consumatori;
- ⌚ grazie al suo contributo, la comunità sviluppa un senso di appartenenza all'organizzazione che porta a una conseguente fidelizzazione degli utenti ad un determinato marchio.

Nel suo articolo intitolato *The Power of Crowdsourcing*, Matt H. Evans sostiene che il crowdsourcing sfrutta le idee presenti a livello globale, aiutando il lavoro delle aziende attraverso un rapido iter progettuale a costo minimo, dato che gli utenti sono sempre desiderosi di condividere le loro idee su scala globale.

La pratica del crowdsourcing viene spesso accusata di non produrre sempre ottimi risultati a livello qualitativo e di essere usata per ottenere del lavoro a costo minimo o addirittura nullo. Entrambe le critiche furono rivolte anche agli amministratori di Facebook quando, nel 2008, chiesero l'aiuto degli utenti per tradurre varie parti del noto social network.

Per questo motivo il crowdsourcing viene sempre più spesso impiegato all'interno di un modello più ampio di "*scambio di servizi creativi*", dove gli utenti sono stati previamente selezionati e viene affidato a delle agenzie di mediatori il compito di agevolare lo scambio delle istruzioni in merito al progetto tra l'azienda e il pubblico.

La differenza principale fra il crowdsourcing e il tradizionale outsourcing consiste nel fatto che il progetto o il problema viene esternalizzato ad un gruppo indefinito di persone invece che ad una specifica entità. Il crowdsourcing si distingue anche dalle produzioni open source perché in quest'ultimo caso si tratta di attività di cooperazione iniziate e portate avanti volontariamente da taluni individui. Nel crowdsourcing, invece, il progetto viene iniziato da un committente e in seguito sviluppato da un altro individuo o gruppo. Altre differenze fra le attività open source e quelle di crowdsourcing riguardano le diverse motivazioni che spingono gli individui a partecipare. Il crowdsourcing è un meccanismo di risoluzione dei problemi potenzialmente molto utile anche per le organizzazioni governative e senza scopo di lucro. Tra il 2008 e il 2009, negli Stati Uniti, la città di Salt Lake City ha sviluppato un progetto di pianificazione del traffico per testare la partecipazione dei cittadini.

Una recente evoluzione del crowdsourcing ha preso il nome di *buddysourcing*, e consiste nella combinazione dei principi del crowdsourcing e del passaparola. Secondo Magagna, questa situazione si ha quando un'attività, generalmente svolta da un'azienda o da un dipendente, viene "inoltrata" alla rete di amici di un individuo.

#### **Crowdsourcing via Web**

Grazie al recente aumento delle potenzialità delle applicazioni Internet, sono migliorate anche le tecniche di crowdsourcing, e ora il termine si riferisce quasi esclusivamente ad attività svolte via Web. Il potenziale per sviluppare progetti tramite crowdsourcing usando la rete Internet esisteva già in precedenza, ma solo recentemente lo si è potuto cominciare a sfruttare appieno.

In un'intervista per la rivista Wired, Andrea Grover, la curatrice della mostra del 2006 sul crowdsourcing dal titolo "*Phantom Captain: Art and Crowdsourcing*", afferma che gli individui tendono ad essere più "aperti" quando lavorano a progetti di crowdsourcing perché non si sentono

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

fisicamente giudicati. Questo permette la realizzazione di progetti artistici di ottimo livello in quanto gli individui ignorano o non sono del tutto consapevoli del fatto che il loro lavoro è sottoposto a giudizio. In un contesto di lavoro su Internet, viene data maggiore importanza al progetto che alla comunicazione con altre persone.

Un esempio importante di crowdsourcing sul Web, citato dallo stesso Howe nel suo libro, è rappresentato dal *social bookmarking*. Grazie ai sistemi di social bookmarking gli utenti possono assegnare dei tag a delle fonti condivise con altri utenti in modo da organizzare le informazioni.

#### **Collaboratition**

"Collaboratition" ("*collabora-tizione*") è un neologismo per descrivere un tipo di crowdsourcing usato per progetti che richiedono un sforzo collaborativo per essere portati avanti con successo, ma in cui la *competizione* spinge ad una maggiore partecipazione nonché ad un miglior risultato. Un esempio di collaborazione è dato dall'esperimento condotto dalla DARPA, l'agenzia statunitense per lo sviluppo di progetti di ricerca avanzata nel campo della difesa. Nel 2009 la DARPA ha distribuito dieci palloni segnaletici in tutto il territorio degli Stati Uniti e ha sfidato varie squadre a riferire per prime la posizione di tutti i palloni. Per concludere la gara in modo veloce era necessario uno sforzo cooperativo, che insieme allo spirito di competizione dell'intera gara ha portato alla creazione del giusto contesto "collabora-competitivo" che ha permesso alla squadra del MIT di vincere in meno di sette ore.

#### **Crowdfunding**

Un'altra forma di collaborazione è rappresentata dal *crowdfunding*, termine derivato da crowdsourcing. In questo caso la collaborazione consiste nel raccogliere fondi, generalmente sul web, per sostenere le iniziative di determinate persone o organizzazioni. Si possono sviluppare progetti di crowdfunding per vari scopi, dagli aiuti umanitari alle vittime di disastri, al finanziamento di artisti da parte dei fan, alle campagne politiche. Uno dei più noti esempi di crowdfunding è rappresentato dalla produzione, nel 2009, del film-documentario *The Age of Stupid* di Franny Armstrong: la produzione del film ha ricevuto sovvenzioni pari a 1,2 milioni di dollari e la pellicola è stata in seguito distribuita e proiettata in tutto il mondo grazie al crowdsourcing.

#### **Primi esempi di crowdsourcing**

La realizzazione dell'*Oxford English Dictionary* (OED) è forse uno dei primi esempi di crowdsourcing. Il progetto partì con una richiesta, aperta a tutta la comunità, di volontari che volessero contribuire a catalogare tutte le parole della lingua inglese e a fornire esempi per ogni loro singolo uso. Nei settant'anni di durata del progetto sono stati ricevuti più di sei milioni di contributi. La creazione dell'OED è raccontata in modo dettagliato nel saggio di Simon Winchester dal titolo "*L'assassino più colto del mondo*" ("*The Surgeon of Crowthorne*").

Il *Teatro dell'oppresso* del regista brasiliano Augusto Boal può essere considerato un primo esempio di crowdsourcing applicato all'arte teatrale. Nei suoi spettacoli Boal vuole dare enfasi ai partecipanti, e all'influenza che la loro collaborazione ha sulle loro performance.

Un altro dei primi esempi di crowdsourcing risale al 1994, quando la *Northeast Consulting* realizzò un database delle tendenze del mercato raccogliendo dati da numerose fonti.

#### **Esempi storici**

- 🕒 Il Premio Alcali
- 🕒 Il Premio Longitudine



# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

- 🕒 Turbine di Fourneyron
- 🕒 Progetto tavole numeriche
- 🕒 Premio Montyon
- 🕒 Nicolas Appert e conservazione degli alimenti
- 🕒 Premio Loebner
- 🕒 Problemi per il millennio

#### Aspetti positivi

In un'intervista Andrea Grover ha spiegato che il crowdsourcing è in grado di eliminare l'ostacolo finanziario che impedisce alla maggior parte delle persone di entrare a far parte del mondo dell'arte, in quanto il patrimonio di Internet è fondamentalmente di tutti. Secondo la Grover, l'aspetto maggiormente positivo del crowdsourcing è la soddisfazione ottenuta dal lavoro all'interno di un gruppo.

Gli individui che partecipano a progetti di crowdsourcing rimangono spesso anonimi, e la Grover afferma che le persone rivelano di più quando non si trovano faccia a faccia perché il fatto di non essere fisicamente presenti dà loro una certa sicurezza, il che è un altro dei vantaggi del crowdsourcing.

Nel suo articolo "*Crowdsourcing: 5 reasons it's not just for start-ups anymore*", Dion Hinchcliff elenca vari motivi per cui il crowdsourcing rappresenta una grande attrattiva per molte aziende, e non solo per quelle che si trovano agli inizi e non dispongono di molti fondi. Tra gli altri cita la possibilità di smaltire un po' di lavoro in situazioni di forte richiesta, di avere validi contributi a minor costo, di ottenere risultati migliori, e di affrontare problemi che sarebbero risultati troppo difficili da risolvere internamente. Il crowdsourcing permette alle aziende di presentare richieste di risoluzione di problemi in vari ambiti, scientifico, manifatturiero, tecnologico, medico, ecc., e di ottenere una ricompensa in denaro a chi collabora fornendo un'adeguata soluzione. L'esternalizzazione di progetti molto complessi risulta essere difficile, ma semplici attività possono venire esternalizzate in modo economico ed efficiente. Altri esempi dell'applicazione del crowdsourcing includono il web design, la valutazione di software, e il servizio di assistenza ai clienti, in cui sono i clienti stessi ad occuparsi delle richieste di altri clienti.

#### Aspetti negativi

Le implicazioni etiche, sociali ed economiche del crowdsourcing sono oggetto di varie discussioni. Ad esempio, l'autore e critico Douglas Rushkoff, in un'intervista pubblicata su *Wired News*, ha espresso la sua indecisione riguardo al termine e alle sue implicazioni. A criticare aspramente il termine è anche Jimmy Wales, uno dei fondatori di Wikipedia: egli afferma di trovare il termine incredibilmente irritante, e che "*un'azienda che ritiene di poter costruire un sito delegando tutto il lavoro ai suoi utenti non solo non rispetta gli utenti stessi ma non ha assolutamente compreso cosa dovrebbe fare*".

I risultati di alcune indagini hanno evidenziato alcuni effetti negativi del crowdsourcing per i proprietari delle aziende, in particolare il fatto che un progetto sviluppato tramite crowdsourcing può talvolta venire a costare all'azienda più di un progetto che prevede una esternalizzazione tradizionale di certe attività.

Alcuni possibili svantaggi del crowdsourcing includono:

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

- ⌚ costi aggiuntivi per raggiungere un risultato accettabile;
- ⌚ maggiore probabilità di fallimento del progetto dovuto a mancanza di motivazione economica, scarsità di partecipanti, minore qualità del lavoro, scarsità di interesse personale nel progetto, presenza di barriere linguistiche, o difficoltà nel gestire un progetto di crowdsourcing su larga scala;
- ⌚ stipendio inferiore alla media o non previsto. Il baratto viene spesso associato al crowdsourcing;
- ⌚ nessun contratto scritto, accordo di riservatezza o qualsiasi tipo di accordo con i collaboratori;
- ⌚ difficoltà di mantenere un rapporto di lavoro con i collaboratori per tutta la durata del progetto;
- ⌚ suscettibilità di risultati errati a causa di sforzi volti a causare danno.

Nonostante alcuni critici ritengano che il crowdsourcing sfrutti gli individui per il loro lavoro, finora nessuno studio sulle motivazioni delle persone ha dimostrato che esse si sentano sfruttate. Al contrario, molti individui all'interno del gruppo traggono importanti benefici dalla loro partecipazione a progetti di crowdsourcing. Altri autori discutono sia dei rischi che dei vantaggi dell'usare il crowdsourcing come strumento per bilanciare le disuguaglianze a livello globale.

Negli ultimi anni, progetti quali il "*Mechanical Turk*" (il *Turco Meccanico*, prende il nome dal famoso Turco, l'automa costruito nel XVIII secolo che doveva simulare un giocatore di scacchi), realizzato da Amazon.com, hanno tuttavia fatto grandi passi avanti nella risoluzione di questi dibattiti. Il progetto, chiamato anche "*The Turk*", mira a far avere maggior controllo alle aziende, agli sviluppatori o a qualsiasi tipo di produttore rendendo più facili le relazioni fra questi e il resto dei collaboratori. Il raggiungimento di questo scopo è reso possibile dalla creazione di una piattaforma virtuale in cui gli individui e le aziende possono comunicare e portare avanti transazioni in modo sicuro per entrambe le parti.

Durante l'intervista di Leah DeVun ad Andrea Grover, alla domanda "*Lei ritiene che il crowdsourcing sia in grado di eliminare l'ostacolo economico che impedisce alle persone di entrare a far parte del mondo dell'arte?*" la Grover ha risposto in modo affermativo. La Grover ha inoltre spiegato che il crowdsourcing era stato ideato per motivi economici, per permettere alle aziende di abbassare le spese ed essere redditizie.

La Grover ha anche fornito un esempio di un progetto di crowdsourcing che non è andato a buon fine: si tratta del sito web "*Justcurio.us*", dove gli utenti potevano pubblicare domande e ricevere risposte dagli altri visitatori, che alla fine è diventato un sito di annunci di tipo pornografico. Come ha commentato la Grover, "*forse fare solo una domanda è troppo semplice. forse è necessario un maggior livello di complessità.*"

#### **Brand marketing**

Il crowdsourcing ha catturato l'attenzione anche degli esperti di *brand marketing* come strumento per attirare clienti tramite i nuovi mezzi di comunicazione. La campagna pubblicitaria "*Crash the Super Bowl*", operata dal marchio di *patatine Doritos*, è un significativo esempio di un progetto di successo: i fan delle Doritos dovevano creare il loro annuncio pubblicitario per poter vincere il viaggio per andare a vedere la partita, 25.000 dollari in contanti, e la soddisfazione di aver creato

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

una pubblicità per il Super Bowl. Nel 2011, ben quattro annunci creati da clienti di Doritos e Pepsi Max si sono piazzati fra i primi dieci posti nella classifica di *USA Today*.

Tuttavia il crowdsourcing non funziona sempre bene per quanto riguarda il lancio sul mercato di un marchio. La *Levia*, un'azienda produttrice di apparecchiature mediche, non è riuscita a sviluppare un progetto di crowdsourcing basato su una promozione simile per mancanza di collaboratori, di motivazione e di adeguato impegno produttivo.

### La “Saggezza della folla”

<http://it.wikipedia.org>

La *saggezza della folla* (o *intelligenza della folla*) è una teoria sociologica secondo la quale una massa di individui sarebbe in grado di fornire una risposta adeguata e valida a una domanda più di quanto non siano in grado di farlo gli esperti.

Il tema è stato affrontato almeno fin dal 1903 e ripreso più recentemente nel saggio “*La saggezza della folla*” scritto nel 2004 dal giornalista del *New Yorker* e scrittore statunitense James Surowiecki.

La teoria della saggezza della folla trova un'applicazione intensa su Internet e in particolar modo in determinati siti e progetti che si basano su di essa, come Yahoo! Answers, Wikipedia e molti altri siti che puntano sul contenuto generato dagli utenti

#### Definizione di folla

Il termine '*folla*' si riferisce ad un gruppo non necessariamente coeso di individui, che possono anche non conoscersi o non condividere le medesime idee.

#### Criteri di validità

Secondo James Surowiecki ci sono quattro criteri che devono venire rispettati perché la teoria funzioni:

- Ⓜ Diversità di opinione: ogni persona deve avere un'opinione differente
- Ⓜ Indipendenza: le opinioni delle persone non devono venire influenzate da quelle altrui
- Ⓜ Decentralizzazione: nessuno deve essere in grado di pilotarla dall'alto
- Ⓜ Aggregazione: le opinioni devono poter essere aggregate in modo da ottenere un risultato finale

Secondo la teoria della saggezza della folla:

- Ⓜ Deve essere possibile riassumere in un unico pensiero la moltitudine di pensieri delle persone che fanno parte della folla
- Ⓜ La folla è molto più intelligente della persona più intelligente che ne fa parte.
- Ⓜ Devono venire rispettate le tre condizioni di diversità, indipendenza e decentralizzazione
- Ⓜ Troppa comunicazione può rendere il gruppo meno intelligente
- Ⓜ È necessario che vi sia un sistema di aggregazione dell'informazione
- Ⓜ Non deve esserci il bisogno di interrogare un esperto
- Ⓜ Le migliori decisioni nascono da una discussione
- Ⓜ L'informazione corretta deve essere raggiungibile dalle giuste persone, nel momento giusto e nel luogo giusto.

Lo stesso Surowiecki riconosce all'interno del suo saggio che vi sono dei casi in cui la teoria della

# Il Quinto Cielo

# News letter

## Giugno 2013 – N°10

saggezza della folla fallisce e la folla dà un giudizio sbagliato. Questo avviene quando le persone si influenzano a vicenda e iniziano a pensare in maniera simile invece che sviluppare le proprie opinioni indipendentemente.

### **L'esperimento di Treynor e Galton**

Il docente di economia Jack Treynor chiese a un gruppo composto da 56 individui di stimare quante caramelle ci fossero all'interno di un barattolo e, quando in seguito fece la media delle risposte ricevute, ottenne un numero che si avvicinava molto di più alla realtà di quanto non lo facessero le risposte, prese singolarmente, degli individui che avevano partecipato all'esperimento. La media delle risposte era infatti 871 e si avvicinava molto al numero di caramelle che il barattolo conteneva realmente: 850. Solo una persona formulò una risposta più accurata della media ottenuta.

L'antropologo Francis Galton dimostrò a una fiera di bestiame che la folla aveva una conoscenza superiore degli esperti chiedendo a questa quale fosse il peso del bue che le stava di fronte. La media delle risposte fornite si avvicinava di più alla realtà di quanto non lo facessero le risposte date dagli esperti presenti. I risultati ottenuti sono descritti ed analizzati da Francis Galton in un articolo, *Vox Populi*, pubblicato per la prima volta nel 1907 dalla rivista *Nature*.

### **Esempi di applicazione. Il mondo di Internet**

Molti degli strumenti più popolari del Web sono basati sulla saggezza della folla. Wikipedia è scritta generalmente non da esperti ma principalmente da individui comuni, e il risultato finale viene ottenuto aggregando i loro contributi; interessanti ricerche scientifiche su Wikipedia sono stati condotti su questa. Anche Google in parte per l'indicizzazione delle pagine e la loro valutazione si affida a un voto, il *PageRank*, ottenuto grazie al numero di link entranti verso una determinata pagina: dunque più la folla dà importanza ad una pagina più questa viene ritenuta rilevante da Google.

### **Informatica**

Il crowdsourcing è un modello di business che si basa sull'affidare lo sviluppo di un progetto ad una massa di individui invece che a pochi esperti qualificati. Sul crowdsourcing è basato il modello *open source*, usato da diversi software, come Linux e Mozilla Firefox.

### **Economia**

Un esempio in negativo di saggezza della folla è fornito dalle bolle speculative: le bolle dimostrano che se non vengono rispettati i quattro principi della teoria (diversità di opinione, decentralizzazione, indipendenza e aggregazione) questa fallisce. Le bolle speculative nascono infatti quando gli investitori smettono di riflettere indipendentemente e invece che concentrarsi su quale sia il valore reale di un'azienda pensano a quanto gli altri pensino che un'azienda valga.

### **Critiche alla teoria**

Uno dei maggiori critici alla saggezza della folla è l'informatico e saggista statunitense Jaron Lanier, secondo il quale la saggezza della folla può funzionare solo quando alla folla vengono poste domande le cui risposte non richiedono nulla di più articolato di singoli numeri o valori. Lanier vede nella saggezza della folla una manifestazione di quello che lui definisce come "*maoismo digitale*", ovvero un totalitarismo cibernetico che non solo nega la specificità della persona ma nel tentativo di ridurre l'importanza dell'individuo prova a sostituire ad esso le macchine.

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

I problemi che la teoria della saggezza della folla porta con sé vengono elencati da Lanier in un articolo apparso sulla rivista statunitense *Edge* e nel saggio pubblicato nel 2010 “*Tu non sei un gadget*” in cui analizza e critica soprattutto Wikipedia, Linux e l'idea che il prodotto di una massa di individui sia migliore del prodotto del singolo. Viene criticata in particolare modo la tesi che più la massa di persone che collaborano ad un progetto è ampia più gli errori interni a questo sono limitati:

«*Wikipedia è un'aberrazione fondata sulla leggenda che il sapere collettivo sia inevitabilmente superiore alla conoscenza del singolo esperto e che la quantità di informazioni, superata una certa soglia, sia destinata a trasformarsi automaticamente in qualità*» (Jaron Lanier, *You Are Not a Gadget: a Manifesto*, 2010).

Secondo Lanier la teoria della saggezza della folla può funzionare bene fino a quando viene limitata alla cultura popolare, che Wikipedia sa sicuramente bene interpretare, ma fallisce nel momento in cui viene applicata a campi scientifici nei quali occorre rigore ed alta competenza.

L'innovazione e la scienza secondo Jaron Lanier sono guidate da esperti ed intellettuali e non possono essere portate avanti da una massa di individui.

Il cofondatore di Wikipedia Larry Sanger è altrettanto scettico che le folle senza essere guidate possano giungere ad un risultato soddisfacente in qualsiasi campo e per questa ragione ha fondato *Citizendium*, un'enciclopedia libera analoga a Wikipedia ma supervisionata da esperti (che in 6 anni di vita ha prodotto 16.400 voci, una percentuale infinitesimale rispetto a Wikipedia).

Anche lo scrittore americano Clay Shirky ha ribadito che le grandi idee, l'innovazione e il progresso non possono venire dalla folla ma da una piccola massa organizzata di individui che discutono fra di loro.

#### **Teorie contrarie**

La teoria si scontra con il saggio *Psicologia delle folle* scritto dal sociologo francese Gustave Le Bon e pubblicato nel 1895. In quel saggio Gustave Le Bon analizza la folla in maniera totalmente negativa, schierandosi con le minoranze invece che con la massa. Secondo Gustave Le Bon, la folla ha potere distruttivo e non costruttivo (il quale spetta esclusivamente alle minoranze, che sono coloro che guidano il progresso) e l'individuo che ne fa parte abbandona il proprio senso di responsabilità. Le folle inoltre risultano facilmente plasmabili dai leader. In *Psicologia delle folle* Le Bon scriveva: «*Le folle non possono mai compiere azioni che richiedono un alto grado di intelligenza e sono sempre intellettualmente inferiori a un individuo isolato*» (Gustave Le Bon).

La teoria di Le Bon è tradizionale e ritenuta valida più di quanto non lo sia quella sostenuta da James Surowiecki. Anche Freud sosteneva una teoria simile a quella di Le Bon nel suo saggio *Psicologia delle masse e analisi dell'Io*.

#### **I “Ponti Sociali” di Granovetter**

<http://www.psicolab.net>

Nel 1973 Mark Granovetter, un giovane sociologo insegnante presso la Johns Hopkins University di Baltimora, rimasto affascinato dall'articolo conclusivo sul fenomeno dei “piccoli mondi” di Milgram, pubblicato tre anni prima, cercò in qualche modo di capirne il “segreto” per giungere a descrivere la nostra società, strutturata in maniera assai diversa dall'universo casuale delineato da Erdős e Rényi.

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

In particolare, il sociologo fu interessato a capire in che modo le persone creano reti interpersonali e come utilizzano i loro contatti sociali per procurarsi un nuovo lavoro; intervistò dozzine di professionisti e manager cercando di sapere chi li avesse aiutati a trovare la loro occupazione attuale. La risposta al suo esperimento fu che quando si cerca lavoro [...] i *legami sociali deboli* sono più importanti delle amicizie forti e radicate.

Esistono cioè legami di diverso impeto: Granovetter definì genericamente *legami forti* quelli che uniscono familiari, amici intimi o colleghi che passano molto tempo insieme e *legami deboli* quelli di generica conoscenza.

Per ciò che riguarda i primi, se il nostro legame diretto con una di queste persone fosse eliminato, resteremmo probabilmente uniti agli altri attraverso un breve percorso passante per amici comuni, altri familiari e così via. Dunque per quanto fosse importante a livello personale e per quanto svolgesse magari un ruolo rilevante nella nostra attività sociale, la relazione eliminata difficilmente sarebbe l'indispensabile ponte atto a tenere insieme la rete sociale.

Se invece si spezzasse uno dei legami deboli – intrattenuto con conoscenti che vediamo o sentiamo di rado – perderemmo irrimediabilmente i reciproci contatti e le nostre strade non s'incrocerebbero più. La distinzione tra concetti potrà sembrare banale ma conduce ad una conclusione paradossale che Granovetter riportò in un articolo pubblicato nel 1973 dall'elegante titolo "*La forza dei legami deboli*".

Questi ultimi, che lui definì "*ponti sociali*", non sono solo ponti verso un'altra persona, ma anche ponti cruciali verso mondi sociali lontani, che ci sarebbero altrimenti del tutto estranei. Il rimuovere dalla rete sociale un legame forte non avrebbe quasi nessun effetto sulle distanze sociali, in quanto pur sembrando indispensabili a tenere insieme la rete, non lo sono per ciò che riguarda i gradi di separazione. I legami forti infatti hanno un effetto dirompente: ci connettono con persone con le quali saremmo connessi comunque, a loro discapito i legami deboli sono le scorciatoie che se eliminate farebbero disgregare la rete. I ponti tra i mondi hanno dunque un'importanza enorme e molto probabilmente sono la chiave del segreto che rende le reti sociali così piccole. Se è vera la storia dei "*sei gradi di separazione*" (cioè, sei passaggi bastano ad andare da qualsiasi persona a qualsiasi altra), è chiaro che secondo la sua visione, sono le scorciatoie sociali a consentire questo. L'argomentazione di Granovetter, benché all'apparenza paradossale, afferma una verità molto semplice sulla nostra organizzazione sociale: secondo il suo modello la società è una rete frammentata di piccoli cluster molto fitti, all'interno dei quali tutti i nodi sono connessi e comunicano fra loro attraverso pochissimi legami deboli. E se la sua analisi è corretta, la rete che descrive la nostra società ha una struttura molto particolare nonché molto più vicina alla nostra esperienza quotidiana rispetto al quadro propostoci da Erdős e Rényi.

Per dirlo in altre parole, la società di Granovetter è strutturata in cluster altamente connessi o cerchie molto ristrette di amici dove ovviamente tutti conoscono tutti; pochi legami con l'esterno mettono in comunicazione questi cluster con il resto del mondo, evitandone l'isolamento [...].

Le scoperte di Granovetter non produssero almeno al momento un'importante rivoluzione scientifica. Per quasi trent'anni le sue semplici ma straordinarie intuizioni riguardo al carattere delle reti sociali e all'importanza dei legami deboli – soprattutto all'importanza della funzione di ponti di alcuni di essi – furono pressoché ignorate dagli altri scienziati.

Al contempo le singolari conclusioni di Milgram in merito ai sei gradi di separazione restarono

# Il Quinto Cielo

# News letter

## Giugno 2013 – N°10

inspiegate, e, in pratica, ben pochi ricercatori si curarono del problema dei *piccoli mondi*. Insieme però le due ricerche prepararono la strada a una nuova rivoluzione.

### Cosa è il Crowdfunding

<http://it.wikipedia.org>

Il *crowdfunding* (dall'inglese *crowd*, folla e *funding*, finanziamento) è un processo collaborativo di un gruppo di persone che utilizza il proprio denaro in comune per sostenere gli sforzi di persone ed organizzazioni. È un processo di finanziamento dal basso che mobilita persone e risorse. Il termine trae la propria origine dal crowdsourcing, processo di sviluppo collettivo di un prodotto. Il crowdfunding si può riferire a processi di qualsiasi genere, dall'aiuto in occasione di tragedie umanitarie al sostegno all'arte e ai beni culturali, al giornalismo partecipativo, fino all'imprenditoria innovativa e alla ricerca scientifica.

Il web è solitamente la piattaforma che permette l'incontro e la collaborazione dei soggetti coinvolti in un progetto di crowd funding.

Colui che ha portato alla notorietà il crowdfunding oltreoceano è Barack Obama, pagando parte della sua campagna elettorale per la presidenza con i soldi donati dai suoi elettori, i quali erano i primi portatori di interesse. Le iniziative di crowdfunding si possono distinguere in iniziative autonome, sviluppate ad hoc per sostenere cause o progetti singoli, e piattaforme di crowdfunding. Esempio di iniziativa autonoma di crowdfunding è la campagna che si chiamava “*Tous Mecenes*” (*tutti mecenati*) del Louvre. Il progetto prevedeva di raccogliere 1 milione di euro attraverso le donazioni delle web community per acquistare il capolavoro rinascimentale *Le tre grazie* di Cranach da un collezionista privato.

I principi fondamentali del modello del crowdfunding sono riuniti nel *Kapipalist Manifesto*, scritto dall'italiano Alberto Falossi (fondatore della piattaforma di crowdfunding *Kapipal*).

### Piattaforme di crowdfunding

Le piattaforme di crowdfunding sono siti web che facilitano l'incontro tra la domanda di finanziamenti da parte di chi promuove dei progetti e l'offerta di denaro da parte degli utenti. Le piattaforme di crowdfunding si possono distinguere in *generaliste*, che raccolgono progetti di ogni area di interesse, e *verticali* (o *tematiche*), specializzate in progetti di particolari settori.

Attraverso *Kickstarter*, gli ideatori del social network *Diaspora* hanno raccolto oltre 200.000 dollari, partendo da una richiesta di finanziamento iniziale di 10.000 dollari.

Il successo del crowdfunding non sta portando solo alla nascita di svariate piattaforme che fanno da intermediari tra chi propone progetti e chi li finanzia, ma anche all'apertura di nuovi blog e siti che contribuiscono a diffondere questa nuova tipologia di finanziamento.

### Facciamo il punto sul crowdfunding in Italia. Un convegno a Torino

<http://www.torinocrowdfunding.it>

Il 12 aprile 2013, il Dipartimento di Economia e Statistica "Cognetti De Martiis" dell'Università di Torino e Fondazione Istituto Tecnico Superiore per l'ICT della Regione Piemonte, in collaborazione con ICN - Italian Crowdfunding Network, hanno dato vita a "*TorinoCrowdfunding*" una giornata di analisi, divulgazione e formazione sul Crowdfunding.

La giornata, articolata in due momenti distinti, ha aderito al Faber OFF, e si configura per contenuti

# Il Quinto Cielo

# News letter

## Giugno 2013 – N°10

e interventi tra gli appuntamenti più importanti nel panorama italiano sul tema.

Il primo, svolto nella mattina al Campus Luigi Einaudi dell'Università di Torino, è una sessione introduttiva, articolata su interventi specifici, in cui affrontare il fenomeno del finanziamento collettivo, approfondire con le più importanti piattaforme italiane la recente normativa, in corso di regolamentazione, da parte della CONSOB sul Crowdfunding e discutere con le istituzioni accademiche, finanziarie e non profit gli scenari di applicazione e le possibilità di sviluppo di questo strumento.

Si tratta inoltre dell'occasione per un approfondimento della recente normativa in corso di regolamentazione da parte della CONSOB sul Crowdfunding, che offrirà molte possibilità di sviluppo per le *startup innovative* oltre che nuove opportunità per gli investitori. Il secondo momento, nel pomeriggio presso la Fondazione ITS ICT, è un workshop allargato con l'approfondimento degli aspetti normativi e pratici su come utilizzare concretamente il Crowdfunding. L'occasione per le principali piattaforme italiane di presentarsi, raccontare *case history* esemplari e dare preziosi consigli a chi vuole iniziare una nuova campagna.

### Lista descrittiva delle piattaforme di Crowdfunding italiane

Daniela Castrataro (*twintangibles & crowdfuture*) e Ivana Pais (*Università Cattolica*)

[www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com)

#### Piattaforme Reward-based/Generaliste

1. *Kapipal* - [www.Kapipal.com](http://www.Kapipal.com) - Kapipal è stata fondata da Alberto Falossi nel 2009 e si definisce un sito per raccogliere soldi online. Si tratta di una piattaforma generalista che permette di finanziare qualsiasi progetto, in special modo progetti personali, come un compleanno o una lista nozze. Kapipal si definisce anche la prima piattaforma internazionale a supportare il crowdfunding personale. Non impone alcuna commissione sui progetti.
2. *Eppela* - [www.eppela.com](http://www.eppela.com) - Eppela è una piattaforma di reward-based crowdfunding fondata nella seconda metà del 2011 da Nicola Lencioni e gestita da Chiara Spinelli. Permette di finanziare progetti innovativi e creativi nei campi di arte, tecnologia, cinema, design, musica, fumetto, innovazione sociale, scrittura, moda, no profit.
3. *Starteed* - [www.starteed.com](http://www.starteed.com) - Starteed è stata fondata a fine 2011 da Claudio Bedino. La piattaforma, lanciata a settembre 2012, è un sito di crowdfunding che aiuta le persone a finanziare le proprie idee grazie al supporto finanziario e sociale della Community di Starteed. La piattaforma integra la campagna di crowdfunding con tutte le fasi successive dello sviluppo e vendita del prodotto, offrendo al creatore la possibilità di vendere il proprio prodotto sulla piattaforma stessa.
4. *Produzioni dal Basso PdB* - [www.produzionidalbasso.com](http://www.produzionidalbasso.com) - PdB è ritenuta la prima piattaforma di crowdfunding in Italia, fondata nel 2005 da Angelo Rindone. Lo scopo della piattaforma è quello di "offrire uno spazio a tutti coloro che vogliono proporre il proprio progetto attraverso il sistema delle produzioni dal basso." Produzioni dal basso è gratuita ed ogni proposta viene gestita in modo autonomo e senza alcuna intermediazione.
5. *Boomstarter* - [www.boomstarter.com](http://www.boomstarter.com) - BoomStarter è una piattaforma generalista di crowdfunding, nata a settembre 2011 proponendosi come primo progetto con una raccolta



# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

fondi di 8000 Euro. È un esempio di piattaforma reward-based con modello 'take-it-all'. Non è certo se la piattaforma sia ancora attiva.

6. *Crowdfunding-Italia* - [www.crowdfunding-italia.com](http://www.crowdfunding-italia.com) - Crowdfunding-Italia è una piattaforma di crowdfunding generalista, nata a ottobre 2012. La registrazione a Crowdfunding-Italia è gratuita e c'è alcuna commissione sui fondi raccolti.
7. *De Revolutione* - [www.derevolutione.com](http://www.derevolutione.com) - DeRev è "una piattaforma che consente di trasformare le tue migliori idee in Rivoluzioni allo scopo di migliorare concretamente il mondo in cui viviamo". Fondata da Roberto Esposito, la piattaforma dovrebbe lanciare a novembre 2012.
8. *Zummolo* - <http://www.zummolo.com> - Zummolo si definisce "una piattaforma di crowdfunding che aiuta giovani creativi imprenditori con un nuovo modo di vedere". La piattaforma non è ancora stata lanciata.

#### **Piattaforme Reward-based/Settoriali**

9. *Musicraiser* - [www.musicraiser.com](http://www.musicraiser.com) - Musicraiser è una piattaforma di crowdfunding reward-based esclusivamente dedicata alla musica. Fondata dal cantante dei Marta Sui Tubi, Giovanni Gulino, e dalla compagna dj e producer Tania Varuni, la piattaforma è stata lanciata a ottobre 2012 e accetta progetti di raccolta fondi per dischi, tour promozionali, videoclip, concerti, festival e tutto ciò che ha a che fare con la musica.
10. *Cineama* - [www.cineama.it](http://www.cineama.it) - Cineama è una piattaforma e una community dedicata al cinema aperta ai professionisti, ai creativi e agli appassionati di cinema e dintorni. La piattaforma - fondata nel 2011 da Tania Innamorati, Federico Bo, Antonio Badalamenti, Fabrizio Mosca e Savina Neirotti – unisce crowdsourcing e crowdfunding, coinvolgendo direttamente i cineamatori nelle fasi di creazione, produzione, promozione e distribuzione di film, documentari, cortometraggi, web series.
11. *ShinyNote* - [www.shinynote.com](http://www.shinynote.com) - ShinyNote nasce nel 2009 da un'idea di Roberto Basso e Fabrizio Trentin, bresciani. Il via ufficiale della piattaforma avviene a marzo 2011. ShinyNote nasce con l'idea e il proposito di "soddisfare il bisogno degli individui di trovare uno spazio condiviso di espressione affettiva ed emotiva". La piattaforma rappresenta uno spazio condiviso tra organizzazioni non profit e semplici cittadini-utenti, nel quale narrare storie più o meno positive di persone comuni e finanziare progetti di solidarietà.
12. *Iodono* - [www.iodono.com](http://www.iodono.com) - Iodono è un sito di personal fundraising nato nella prima parte del 2010 da un'idea di Direct Channel, società milanese leader nel database management nel settore editoriale e del non profit. L'obiettivo è di permettere alle persone di donare online e di raccogliere fondi per le ONP e per le cause a loro più vicine.
13. *BuonaCausa* - [www.buonacausa.org](http://www.buonacausa.org) - BuonaCausa è "l'ethic network dedicato alle buone cause e ai progetti che richiedono sostegno". La piattaforma consente ad associazioni, testimonial, aziende, donatori e attivisti di collaborare su iniziative e progetti di valore sociale.
14. *Retedeldono* - [www.retedeldono.it](http://www.retedeldono.it) - Retedeldono è una piattaforma web per la raccolta di donazioni a favore di progetti d'utilità sociale ideati e gestiti da organizzazioni non profit. Nata nel 2011 da un'idea di Anna Maria Siccardi e Valeria Vitali, ha l'obiettivo di diffondere in Italia la cultura e la pratica del personal fundraising.

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

15. *Fund For Culture* - <http://www.fundforculture.org> - Fund For Culture è un sistema di raccolta fondi per la cultura, che vuole “*favorire l’incontro tra chi vuole fare cultura in Italia e chi vuole sostenerla a partire da piccole donazioni*”. Il progetto nasce a Napoli a ottobre 2010 da un’idea di Adriana Scuotto e Antonio Scarpati. La piattaforma serve “per finanziare iniziative culturali – come ad esempio mostre, restauri, archivi, pubblicazioni, spettacoli e film - promosse da artisti, associazioni no profit, fondazioni culturali, istituzioni pubbliche.” Fund For Culture è ancora in fase di lancio.

#### **Piattaforme di Donazioni/Community funded reporting**

16. *Youcapital* - [www.youcapital.it](http://www.youcapital.it) - Youcapital è una piattaforma per la gestione, la pubblicazione e la raccolta di fondi per progetti, inchieste giornalistiche ed altre attività nel mondo dell’informazione e della comunicazione. Nasce a marzo del 2010 su iniziativa dell’Associazione Culturale Pulitzer.
17. *Pubblico Bene* - [www.pubblicobene.it](http://www.pubblicobene.it) - Pubblico Bene è un progetto sperimentale di giornalismo d’inchiesta finanziato dai lettori e basato sulla partecipazione di lettori e giornalisti, realizzato grazie al contributo del progetto GECO. La piattaforma, che promuove “*un nuovo modello di informazione indipendente, su base locale, ispirato al modello del community funded reporting*”, è tuttora in fase di lancio.

#### **Piattaforme di Donazioni/Ricerca**

18. *OpenGenius* - [www.opengenius.org](http://www.opengenius.org) - Open Genius propone una nuova soluzione per aiutare a risolvere la mancanza di fondi per la ricerca: pubblicare i progetti di ricerca sul Web e permettere ai donatori di finanziarli direttamente attraverso il crowdfunding. La piattaforma non è ancora stata lanciata.

#### **Piattaforme di Equity-based/Angel Investing**

19. *SiamoSoci* - [www.siamosoci.com](http://www.siamosoci.com) - SiamoSoci è un marketplace for startup, un “*motore di ricerca che permette agli investitori di trovare aziende di cui comprendono il business*”. Tramite la piattaforma, le aziende non quotate possono raccogliere capitali da investitori privati per finanziare la crescita, facilitando anche la creazione di “*club deals*” (investimenti di gruppo) tra investitori con diverse professionalità.

#### **Piattaforme di Social Lending**

20. *Smartika* - [www.smartika.com](http://www.smartika.com) - Approdata in Italia nel 2007 come Zopa Italia, dopo un periodo di pausa dovuto a problemi con la Banca d’Italia, Smartika è ripartita nella prima metà del 2012. Smartika, gestita da Maurizio Sella e dal resto del team che aveva portato Zopa in Italia, offre la possibilità di praticare il *social lending* in Italia, in modo regolamentato e vigilato da Banca d’Italia a tutela degli utenti.
21. *Prestiamoci* - [www.prestiamoci.com](http://www.prestiamoci.com) - Prestiamoci, piattaforma italiana di prestiti tra persone, nasce nel 2010, fondata da Mariano Carozzi, Paolo Galvani e Giovanni Tarditi, imprenditori con importanti esperienze nazionali e internazionali nel mondo della banca e della finanza. “*Prestiamoci si pone l’obiettivo di promuovere il più possibile lo scambio di denaro tra privati, senza l’intermediazione di banche o altri istituti di credito*”.

# Il Quinto Cielo

# News letter

## Giugno 2013 – N°10

### Il quadro normativo per le Piattaforme italiane di crowdfunding

Daniela Castrataro (*twintangibles & crowdfuture*) e Ivana Pais (*Università Cattolica*)

[www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com)

La normativa sul crowdfunding recentemente approvata (inclusa nel Decreto Legge 18 Ottobre 2012 n.179, c.d. Decreto Crescita 2.0) è vista da alcuni come vincolante e potenzialmente dannosa perché troppo in anticipo rispetto al mercato. D'altro canto, uno dei timori espressi è la mancata attuazione della normativa, che si teme venga dimenticata con i soliti ritardi legislativi.

Inoltre, la normativa dà molta visibilità all'*equity crowdfunding*, lasciando in penombra il *rewardbased*, per il quale, secondo alcuni degli intervistati, sono necessarie per lo meno linee guida dal punto di vista legale e fiscale.

Per quanto riguarda la normativa sull'*equity-based crowdfunding*, l'augurio è che sia chiara e accessibile a tutti e che allo stesso tempo vada a proteggere gli interessi dei meno competenti.

Emerge anche una definizione interessante di '*soggetti competenti*', che non parte dal concetto dell'investitore professionale, '*ma va allargato a tutti coloro che abbiano maturato la capacità di valutare un business plan e investire in esso*'.

Secondo alcuni, gli incentivi fiscali agli investimenti in *startup* per privati e aziende sono importanti perché il crowdfunding si diffonda ed è fondamentale che vengano rese possibili detrazioni per le donazioni.

Molto più rilassata la risposta delle *piattaforme donation-based*, che operano nel settore non profit quindi non hanno particolari problemi a livello fiscale.

Le *piattaforme di social lending* sono regolate dalla Banca d'Italia quindi non hanno particolari problemi a livello legale.

### Un sistema inventato da un italiano

<http://www.ilsole24ore.com>

Nel 2009 Alberto Falossi, giovane consulente informatico e professore all'Università di Pisa, lancia Kapipal.com: piattaforma di crowdfunding italiana, la prima nel mondo dedicata anche a progetti "personali". Il sito consente agli utenti la creazione di una pagina di donazione in cui i proponenti descrivono la causa e il motivo per cui ricercano fondi. Grazie a un acconto Paypal, l'utente che decide di finanziare un progetto (dall'organizzazione di un matrimonio alla realizzazione di un documentario) effettua il versamento.

L'idea alla base di Kapipal, il cui nome deriva dalla fusione delle parole inglesi *capital* - capitale - e *pal* - amico - è che "*il capitale sono gli amici*". L'iniziativa parte dalla convinzione che la collaborazione tra le persone permetta di trovare soluzioni a problemi apparentemente insolubili e con lo scopo di facilitare l'incontro tra donatori.

Falossi ha redatto un manifesto di cinque punti, diventato uno dei documenti di riferimento per il crowdfunding nel mondo: 1) i tuoi amici sono il tuo capitale; 2) i tuoi amici permettono ai tuoi sogni di diventare realtà; 3) il tuo capitale dipende dal numero di amici che hai; 4) il tuo capitale dipende dalla fiducia; 5) il tuo capitale cresce con il passaparola.

Dal giorno della sua fondazione a oggi sono stati raccolti 250.000 dollari per finanziare ottomila progetti. Il sito, che vanta circa 30.000 visitatori al mese, può contare principalmente sui

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

finanziatori internazionali, la maggior parte provenienti dalle Americhe.

Il traffico italiano è ancora una piccola percentuale. «*Dal primo mese - spiega Falossi - siamo stati molto attivi in Cina e in Africa, l'Italia resta indietro*». Il professore che insegna l'utilizzo del Web 2.0 e dei social media in ambito aziendale, spiega che l'applicazione del crowdfunding alle iniziative culturali è possibile a patto che ci sia un notevole investimento in comunicazione da parte dell'ente che promuove la campagna e che l'autorevolezza e la trasparenza del promotore sia riconosciuta dal pubblico. «*In più - conclude - bisogna superare la diffidenza nei confronti delle operazioni su Internet, ancora molta forte in Italia*».

#### Cosa è il Social lending

<http://it.wikipedia.org>

Per *social lending* (in italiano, “prestito sociale”) si definisce un prestito da parte di privati ad altri privati su Internet a titolo di prestito personale. Viene anche chiamato *prestito peer-to-peer* o *prestito tra persone*, in analogia ai sistemi di diffusione dati tra utenti diretti.

Con questa forma di prestito, chi presta denaro e chi lo riceve percepisce mediamente una quota di interessi più favorevole rispetto a quella proposta dal mercato bancario. Ciò è possibile perché i costi di intermediazione sono ridotti, in quanto il prestatore e il contraente del prestito vengono messi in comunicazione diretta.

Questa forma di prestito è solitamente un servizio erogato da una società online, che predispone strumenti di sicurezza per evitare casi di morosità. Ad ogni utente che richiede un prestito viene assegnato un *rating*, cioè un *livello di affidabilità dell'utente*, in modo del tutto simile a quello assegnato dalle banche. Più il livello è basso e più i tassi di interesse dovrebbero, in teoria, essere alti per compensare il rischio assunto dai prestatori. Comunque, in caso di morosità, la società intermediaria attiva velocemente un programma di recupero crediti.

Si tratta di contratti conclusi a distanza per crediti non garantiti da specifici beni di proprietà del richiedente.

Chi eroga il prestito non è qualificato e tutelato come creditore chirografario; l'accordo è una scrittura privata, che ha minore forza rispetto all'atto notarile di mutuo fondiario richiesto dagli istituti di credito per le somme più importanti.

L'interesse medio dei prestiti, tuttavia, non incorpora un premio di rischio ed è inferiore a quello degli istituti di credito, che sono pure tutelati da ipoteche e credito chirografario. A questo contribuiscono i ridotti costi di intermediazione e il rendimento accessibile ai prestatori privati e non istituzionali con forme alternative di investimento.

#### Cosa è il Giornalismo partecipativo

[www.wikipedia.it](http://www.wikipedia.it)

Il giornalismo partecipativo (detto anche giornalismo collaborativo o, in inglese, *citizen journalism* o *open source journalism*) è il termine con cui si indica la nuova forma di giornalismo che vede la "partecipazione attiva" dei lettori, grazie alla natura interattiva dei nuovi media e alla possibilità di collaborazione tra moltitudini offerta da Internet.

Chi pratica giornalismo partecipativo è detto giornalista partecipativo o, in inglese, *citizen*

# Il Quinto Cielo

# News letter

## Giugno 2013 – N°10

*journalist*. Tom Curley, il direttore dell'Associated Press, nel discorso di apertura della conferenza dell'Online News Association del 2004 ha detto: «*come abbiamo potuto vedere chiaramente nell'ultimo anno, i consumatori vorranno utilizzare la natura interattiva di internet per partecipare direttamente allo scambio delle notizie e delle idee. L'informazione come lezione sta lasciando spazio all'informazione come conversazione*». Alla base dell'osservazione del direttore dell'Associated Press vi è un fenomeno sempre più evidente che si manifesta sotto vari aspetti.

Esistono oltre 14 milioni di blog e il numero è sempre crescente.

Mark Potts, co-fondatore dell'edizione online del Washington Post, ha lasciato il suo posto al sito di uno dei più prestigiosi quotidiani al mondo per creare *BackFence.com*, un'impresa che promuove una serie di innovativi portali di informazione e servizi a carattere locale, i cui contenuti sono interamente prodotti dagli utenti.

Rupert Murdoch, nel suo discorso all'*American Society of Newspaper Editors* dell'aprile 2005, ha ammonito i direttori delle testate: «*Dobbiamo incoraggiare i lettori a pensare al web come il luogo in cui coinvolgere i nostri inviati e redattori in discussioni più estese sul modo in cui una particolare notizia è stata riportata o costruita o presentata. Allo stesso tempo dovremmo sperimentare l'uso dei blogger per integrare la nostra copertura quotidiana delle notizie su internet*».

*Current TV*, la televisione via cavo creata da Al Gore (ex vicepresidente degli Stati Uniti) è basata su filmati della durata massima di 5 minuti, denominati *pod*s, quella che è stata lanciata come la MTV dell'informazione si basa per il 25% della sua programmazione su video prodotti dai telespettatori e inviati alla redazione tramite il sito internet dell'emittente. L'obiettivo di *Current*, che ha iniziato le sue trasmissioni il 1 agosto, secondo Al Gore, è quello di connettere "la generazione di internet con la televisione in modo completamente nuovo".

*OhmyNews* è il sito di informazione sud coreano più visitato (oltre un milione di utenti al giorno). Il 70% dei suoi contenuti sono prodotti da circa 35.000 cittadini-reporter, utenti comuni che decidono di dare il proprio contributo inviando un articolo. La redazione è composta di sole 47 persone.

L'evento che ha fatto scoprire ai grandi giornali il giornalismo partecipativo fu l'attentato terroristico nella metropolitana di Londra avvenuto nel 2005. La BBC trasmise nei suoi notiziari un'immagine ripresa con un cellulare da un non professionista che si trovava dentro la metro. Lo scatto divenne l'immagine-simbolo del drammatico evento. Da allora il giornalismo partecipativo è, anche in Europa, una delle fonti di cui si avvalgono i grandi giornali.

Nello stesso anno, il 2005, nasce in Francia *AgoraVox*, che diventa in breve tempo il primo sito di giornalismo partecipativo in Europa. È letto da un milione di visitatori ed è la seconda fonte di notizie dopo *Le Figaro*, il maggiore quotidiano nazionale. La versione italiana, *AgoraVox Italia*, è stata aperta nel settembre 2008 e conta un'équipe di 450 giornalisti.

Nel 2009 una troupe di Neapolis (RAI 3) - (<http://www.youtube.com/user/kappaellenews?feature=guide>) - entra nella stanza di un appartamento napoletano dove viene gestito [www.kappaelle.net](http://www.kappaelle.net) dedicandogli un ampio servizio. Proprietaria e ideatrice del primo sito che permette la pubblicazione degli articoli e dei video senza l'obbligo di registrarsi, è la giornalista free lance Katuscia Laneri, prima videoreporter completa, nonché autrice di format tv auto prodotti con il sistema del citizen journalism e pioniera dei video on demand sin dal 2004.

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

#### **I gradi del giornalismo partecipativo**

Le forme del giornalismo partecipativo sono variegata e si possono distinguere anche per il grado di coinvolgimento dei lettori. Steve Outing, senior editor del *Poynter Institute for Media Studies*, ha proposto una classificazione basata su 11 livelli di profondità. Si va dal livello più superficiale, la possibilità per gli utenti di inserire commenti agli articoli, alla sollecitazione dei racconti degli utenti su determinati argomenti, dalla consultazione durante la creazione dei contenuti ai blog ospitati o aggregati sul sito, fino ai siti interamente costruiti grazie ai contributi degli utenti, che possono essere a loro volta sottoposti a controllo editoriale o completamente liberi.

Come ha scritto Ugo Vallauri su *Problemi dell'informazione* a proposito dell'impatto sulla qualità dell'informazione dei contenuti prodotti da non professionisti: «*il giornalista non esce "distrutto" da questo modello di lavoro, soltanto rinnovato. Il suo ruolo rimane centrale nel saper mettere insieme i diversi aspetti, fare le adeguate verifiche, scrivere in modo chiaro, accattivante i propri articoli, ponderare i punti di vista. Ciò che cambia radicalmente è il riconoscere le rinnovate dimensioni dell'arena in cui il processo si compie, e adattarvi. (...) Il cambio di "paradigma" richiesto è piuttosto l'apertura alla possibilità di un'interazione vera, influente tra chi scrive e chi abitualmente legge*».

La creazione di nuovi canali fiduciosi tra giornalisti e lettori non è l'unica funzione positiva che può derivare da una maggiore apertura dei mezzi di comunicazione alla partecipazione attiva del pubblico.

Il libro bianco dell'*American Press Institute* intitolato "*We Media*", ne elenca molte altre. La possibilità per i lettori di esprimere commenti, la funzione di filtro delle notizie presenti in rete attraverso i link, il controllo dell'accuratezza delle informazioni pubblicate, l'arricchimento delle fonti e degli spunti a disposizione dei giornalisti grazie alle proposte e ai racconti degli utenti, la possibilità per i giornalisti di chiedere suggerimenti e correzioni al pubblico.

Inoltre, la partecipazione modifica il ruolo dell'informazione: i lettori si trasformano da consumatori passivi a protagonisti del processo informativo. Come scrive Rebecca MacKinnon: «*una persona assorbe e rielabora l'informazione a un livello assai più profondo se può anche essere coinvolta in una discussione su di essa, e anche di più se fa il passo successivo di articolare il proprio pensiero scrivendo in uno spazio pubblico*».

In Italia sono sorte polemiche se il mondo dei siti web debba rimanere senza vincoli legislativi e soggetta solo ad una autoregolamentazione, oppure in alternativa se debbano essere applicate le norme sulla stampa.

Nell'ottobre del 2007 il governo ha presentato un disegno di legge sulla riforma dell'editoria in cui aveva stabilito per i siti l'obbligo della registrazione. La dura replica del mondo web ha portato alla precisazione da parte del rappresentante del governo che la norma non avrebbe trovato applicazione ai blog.

La disputa si è trasferita sul piano giudiziario quando il tribunale di Modica ha condannato lo storico Carlo Ruta per il reato di stampa clandestina....

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

#### Cosa è uno Spin-off

<http://it.wikipedia.org>

*Spin-off* (o spin off) è un termine inglese (traducibile con "derivativo" o "derivato", alla lettera significa "ruotato via", "al di fuori") che può indicare diversi concetti a seconda dell'ambito in cui viene usato.

#### I diversi significati

- nel mondo economico, una unità organizzativa (per esempio un ufficio o una divisione) che faceva parte in origine di una certa società, ma che è adesso indipendente;
- nel gergo tecnologico, l'applicazione di una nuova tecnologia per generare un nuovo prodotto;
- nella ricerca scientifica, accademica o industriale, un risultato secondario ottenuto nel contesto di una ricerca più ampia;
- in diritto societario, uno spin-off universitario/accademico è una società di capitali sorta dall'idea di dare una ricaduta aziendale e produttiva ad un'idea nata dal contesto della ricerca tecnologica universitaria;
- nel mondo dei media ... un film, una fiction televisiva, un fumetto, un romanzo, un videogioco ricavati elaborando elementi di sfondo di una serie o di un'opera precedente (o traendo spunto da uno dei suoi personaggi).

#### Televisione

Gli spin-off sono ricavati mantenendo l'ambientazione di fondo della serie originaria, prendendo un personaggio secondario o minore e facendone il protagonista della narrazione. Possono non essere esattamente in linea con avvenimenti o elementi presenti nella serie originaria; sono serie parallele derivate dalla serie originaria ma dalla quale si possono discostare (anche per piccoli dettagli), seguendo una propria *continuity*. (.....)

Gli spin-off si differenziano nettamente dai *sequel* (continuazione della narrazione principale), dai *prequel* (narrazione degli eventi precedenti all'opera originale), e dal *remake* (rifacimento, talvolta vicino al *shot-for-shot*, della prima opera). ...

Si può parlare in questo senso di spin-off anche per i videogiochi: si indica con questo termine, infatti, un gioco che mantiene l'atmosfera e la storia della saga a cui è legato ma mette in evidenza altri avvenimenti e/o personaggi.

#### Nel diritto societario

Il termine anglosassone spin-off indica il fenomeno di creazione di una nuova unità economica, ad opera di alcuni soggetti, che abbandonano una precedente attività svolta all'interno dell'impresa o di un'altra istituzione già esistente (ad es. università, laboratori di ricerca ecc.). La nuova realtà può essere considerata come una riorganizzazione più efficiente del processo produttivo.

Lo spin-off nella letteratura internazionale è contraddistinto da un aspetto principale e due secondari e opzionali:

- ⌚ (caratteristica principale) La creazione di una o più innovazioni dotate di un valore economico di mercato che meritano la costituzione di una Società dedicata alla loro affermazione anche dal lato commerciale;
- ⌚ (caratteristica opzionale) La presenza di una forma di sostegno nei confronti dei creatori di

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

una nuova impresa (non solo dall'impresa di origine);

- Ⓢ (caratteristica opzionale) La presenza di un processo di accompagnamento volontario, pianificato e non casuale.

Quindi, l'essenza dello spin-off consiste nell'ideazione di un'innovazione in un ambito di ricerca universitaria, o di attività incentrata in differenti core business, in cui l'innovazione non troverebbe adeguato spazio e/o in cui non si voglia o non si possa sfruttarne adeguatamente le potenzialità commerciali, di fatto creando quindi l'esigenza di dare uno sbocco sul mercato a quell'innovazione mediante una nuova società.

Per definire spin-off la creazione di una nuova impresa, si sono proposte a livello italiano delle condizioni che possono essere soddisfatte:

- Ⓢ creazione di una nuova impresa a partire da unità preesistenti (organizzazioni);
- Ⓢ generazione di una nuova sorgente di attività (nuova impresa autonoma, produzione di nuovo bene, utilizzo di nuovo processo o nuova tecnologia);
- Ⓢ (caratteristica opzionale) presenza di misure di sostegno attivo da parte di un'organizzazione madre.

Pertanto non è definibile come spin-off:

- Ⓢ l'esternalizzazione (in quanto manca il requisito della novità);
- Ⓢ la filializzazione (in quanto manca il requisito dell'autonomia);
- Ⓢ i processi di uscita spontanei in assenza di innovazione.

I regolamenti attualmente in vigore definiscono 3 diverse tipologie di spin-off:

- Ⓢ spin-off universitari: esclusivamente quelle società per azioni o a responsabilità limitata alle quali l'Università partecipa in qualità di socio;
- Ⓢ spin-off accademici: società per azioni o a responsabilità limitata nella quale l'Università non abbia una quota di partecipazione;
- Ⓢ società di alta tecnologia: (anche se il termine "spin-off" è assolutamente estraneo a queste norme) in Italia regolate dal decreto legislativo 27 luglio 1999 n. 297 "*Riordino della disciplina e snellimento delle procedure per il sostegno della ricerca scientifica e tecnologica, per la diffusione delle tecnologie, per la mobilità dei ricercatori*" e dal decreto ministeriale 8 agosto 2000 n. 593 ("*Modalità procedurali per la concessione delle agevolazioni dal Decreto legislativo 27 luglio 1999, N. 297*").

#### Esempi di Spin-off universitari

- Ⓢ MASSA - Spin-off Università degli Studi di Firenze & CNR
- Ⓢ NHAZCA - Spin-off Università "La Sapienza" di Roma
- Ⓢ BUGSENG - Spin-off Università degli Studi di Parma

#### Cosa è una Startup company

<http://it.wikipedia.org>

Con il termine *startup* si identifica l'operazione e il periodo durante il quale si avvia un'impresa. Nello startup possono avvenire operazioni di acquisizione delle risorse tecniche correnti, di definizione delle gerarchie e dei metodi di produzione, di ricerca di personale, ma anche studi di mercato con i quali si cerca di definire le attività e gli indirizzi aziendali.



# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

Lo startup può anche essere collegato ad una offerta pubblica di vendita, ovvero a quell'operazione con la quale un'impresa immette sul mercato titoli propri, come le azioni. Questa operazione può essere concomitante con lo startup, in quanto un'azienda può decidere di quotarsi alla borsa valori proprio per agevolare la raccolta di capitale per avviare i propri processi produttivi.

Le *startup company*, di solito imprese appena costituite, nelle quali vi sono ancora processi organizzativi in corso, essendo state appena avviate, utilizzano generalmente una limitata quantità di capitale, lavoro e terreni. Questo tipo di imprese, in caso di insuccesso, non sono particolarmente rischiose data la esigua quantità di capitali investiti.

#### Cosa è un Incubatore aziendale

<http://it.wikipedia.org>

L'incubatore aziendale o, in lingua inglese *business incubator* è un programma progettato per accelerare lo sviluppo di imprese attraverso una serie di risorse di sostegno alle imprese e servizi, sviluppate e orchestrate dall'*incubator management* ed offerte sia tramite l'incubator che attraverso la sua rete di contatti.

Gli incubatori variano nel modo in cui forniscono i loro servizi, nella loro struttura organizzativa, e nel tipo di clienti che servono. Il positivo completamento di un programma di business incubation aumenta la probabilità che una start-up rimanga in attività per il lungo termine: storicamente, l'87% degli incubator graduates continua l'attività.

Gli incubatori differiscono dai centri di ricerca e di tecnologia per il loro essere dedicati alle aziende all'inizio della loro attività. Centri di ricerca e parchi tecnologici, dall'altro lato, tendono ad essere grandi progetti che ospitano tutto dalle grandi società, enti governativi o laboratori universitari fino alle imprese di dimensioni molto piccole.

La maggior parte dei centri ricerca e dei parchi tecnologici non offre alle aziende servizi di assistenza, che sono il segno distintivo di un programma di business incubation. Tuttavia, molti di centri ricerca e parchi tecnologici ospitano programmi di incubazione.

#### Stati Uniti

Gli incubatori differiscono anche dalla americana *Small Business Administration's Small Business Development Center* (e analoghi programmi di sostegno alle imprese), nel fatto che servono solo determinati clienti. Gli SBDCs sono tenuti per legge ad offrire attività di assistenza generale a qualsiasi società che li contatti per un aiuto. Inoltre, gli SBDCs non si concentrano sullo start-up e sulle aziende in fase iniziale, ma lavorano con qualsiasi piccola impresa in qualsiasi fase di sviluppo essa si trovi. Molti programmi di business incubation collaborano con i loro partner locali SBDC per creare uno "*one-stop shop*" per il sostegno imprenditoriale.

Solo nel 2005, i programmi di incubazione nord americani hanno assistito più di 27000 imprese che hanno fornito l'occupazione per più di 100000 lavoratori e hanno generato entrate annuali di 17 miliardi di dollari.

#### Servizi più comuni di incubazione

- Ⓜ Aiuto per la Business Basics
- Ⓜ Attività di networking
- Ⓜ Assistenza di marketing
- Ⓜ Accesso internet ad alta velocità

# Il Quinto Cielo

# News letter

## Giugno 2013 – N°10

- Ⓜ Aiuto per la contabilità / gestione finanziaria
- Ⓜ Accesso a prestiti bancari, fondi di credito e programmi di garanzia
- Ⓜ Aiuto per le tecniche di presentazione
- Ⓜ Link a risorse di istruzione superiore
- Ⓜ Collegamenti a partner strategici
- Ⓜ Accesso a angel investors od a venture capital
- Ⓜ Programmi comprensivi di business training
- Ⓜ Bacheche di avvisi e Mentori
- Ⓜ Scelta del team di management
- Ⓜ Aiuto con i marchi di impresa
- Ⓜ Assistenza per la commercializzazione tecnologica
- Ⓜ Aiuto per la conformità alle normative
- Ⓜ Gestione della proprietà intellettuale

A differenza di molti programmi di assistenza delle imprese, i business incubators non servono ogni e qualsiasi società. Gli imprenditori che desiderano entrare in un programma di business incubation devono richiedere l'ammissione. I criteri di accettazione variano da programma a programma, ma in generale sono ammessi solo quelli dotati di una idea fattibile e una pianificazione di attività percorribile. È questo fattore che rende difficile confrontare le percentuali di successo di imprese incubate rispetto alle statistiche generali di sopravvivenza delle attività.

Sebbene la maggior parte degli incubatori offra ai loro clienti spazio ufficio e servizi amministrativi condivisi, il cuore di un vero programma di business incubation sono i servizi che offre alle *start-up companies*.

Più della metà dei programmi di incubazione ... ha riferito che fornisce il servizio anche a clienti affiliati o virtuali. Questi non risiedono nella struttura di incubazione. I clienti possono essere attività domestiche o aziende in fase iniziale che hanno una loro sede, ma possono beneficiare dei servizi di incubazione. I clienti virtuali possono essere troppo lontani da un impianto di incubazione per partecipare sul posto, e così ricevono consulenze e assistenza per via telematica.

La quantità di tempo che trascorre una società in un programma di incubazione può variare notevolmente a seconda di una serie di fattori, tra cui il tipo di attività e le conoscenze specifiche dell'imprenditore. Le attività di "*Life Sciences*", e altre imprese con lunghi cicli di ricerca e di sviluppo, richiedono più tempo in un programma di incubazione rispetto alle attività manifatturiere, o di quelle di fornitura di servizi che possono immediatamente produrre e portare un prodotto o un servizio al mercato. In media, i clienti degli incubatori passano 33 mesi in un programma. Molti programmi di incubazione fissano i requisiti di conclusione del programma tramite lo sviluppo di parametri di riferimento, come ad esempio i ricavi societari o i livelli del personale, piuttosto che la durata del programma stesso.

**Tipi di incubatore, obiettivi, e sponsor** (Settori industriali sostenuti da programmi di incubazione)

- Ⓜ Tecnologia
- Ⓜ Software per computer
- Ⓜ Servizi / professionali
- Ⓜ Artigianato
- Ⓜ Internet

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

- Ⓜ Bioscienze / scienze della vita
- Ⓜ Elettronica / microelettronica
- Ⓜ Telecomunicazioni
- Ⓜ Hardware
- Ⓜ Dispositivi medici
- Ⓜ La tecnologia wireless
- Ⓜ Tecnologia healthcare
- Ⓜ Materiali avanzati
- Ⓜ Difesa / sicurezza
- Ⓜ Energia
- Ⓜ Ambiente / tecnologie pulite
- Ⓜ Media
- Ⓜ Nanotecnologie
- Ⓜ Costruzione
- Ⓜ Arte
- Ⓜ Aerospaziale
- Ⓜ Cucina / cibo
- Ⓜ Al dettaglio
- Ⓜ Moda
- Ⓜ Legno / forestali
- Ⓜ Turismo

Più della metà di tutti i programmi di incubazione sono progetti "*mixed-use*", cioè, lavorano con clienti da una certa varietà di settori. Gli incubatori tecnologici rappresentano il 39% dei programmi di incubazione.

La *business incubation* è stata riconosciuta come un mezzo per soddisfare una varietà di esigenze di politica economica e socio-economica, che possono includere:

- Ⓜ Creazione di posti di lavoro e di ricchezza
- Ⓜ Favorire il clima imprenditoriale di una comunità
- Ⓜ Commercializzazione della tecnologia
- Ⓜ Diversificazione delle economie locali
- Ⓜ Costruire o accelerare la crescita dei locali cluster di industrie
- Ⓜ Creazione e mantenimento di imprese
- Ⓜ Incoraggiare le donne o le minoranze all'imprenditoria
- Ⓜ Individuazione di potenziali opportunità di business spin-in o spin-out
- Ⓜ Rivitalizzazione delle comunità.

Circa un terzo dei programmi di business incubation sono sponsorizzati da organizzazioni di sviluppo economico. Enti di governo (ad esempio, città o regioni) rappresentano il 21% dei programmi di sponsorizzazione. Un altro 20% sono sponsorizzati da istituzioni accademiche, tra cui college, università e istituti tecnici.

In molti paesi, i programmi di incubazione sono finanziati dalle amministrazioni regionali e dai governi nazionali come parte di una strategia di sviluppo economico. Negli Stati Uniti, tuttavia, la maggior parte dei programmi di incubazione sono indipendenti, a base comunitaria e progetti dotati di risorse. La *Economic Development Administration* statunitense è una frequente fonte di fondi

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

per lo sviluppo di programmi di incubazione, ma una volta che un programma è aperto e operativo di solito non riceve finanziamenti federali; pochi stati offrono un finanziamento centralizzato agli incubatori. I canoni di locazione e/o le rette dei clienti costituiscono il 59% dei ricavi di un incubatore, seguiti da contratti per la fornitura di servizi (18%) e da sussidi in contanti (15%).

Molti programmi di incubazione a fini di lucro o privati sono stati avviati alla fine degli anni '90 da investitori che cercano di schiudere rapidamente le imprese e incassare grandi ricavi. All'epoca, l'NBIA stimava che quasi il 30% di tutti i programmi di incubazione sono stati investimenti a scopo di lucro. In seguito al collasso delle dot-com, tuttavia, molti di questi programmi sono stati chiusi. Nel sondaggio dell'NBIA del 2002 sullo stato della business incubation, solo il 16% degli incubatori che hanno risposto erano a scopo di lucro. Nel SOI (*State of Incubation*) del 2006, solo per il 6% degli intervistati si trattava di attività a fini di lucro.

Anche se alcuni programmi di incubazione (indipendentemente dal fatto che il loro status fosse o meno a scopo di lucro) acquisiscono partecipazioni nelle imprese clienti, la maggior parte non lo fanno. Solo il 25% dei programmi di incubazione riportano di acquistare partecipazioni in alcuni o in tutti i loro clienti.

#### Storia

Il concetto formale di *business incubation* ha avuto inizio negli Stati Uniti d'America nel 1959 quando Joseph Mancuso ha aperto il *Batavia Industrial Center* in un magazzino di Batavia, New York. L'incubazione si è espansa negli Stati Uniti negli anni '80 e si è diffusa nel Regno Unito e in Europa attraverso varie forme connesse (ad esempio, centri di innovazione, *pépinières d'entreprises*, *technopoles* / parchi scientifici).

La *National Business Incubation Association* americana stima che ci sono circa 5000 incubatori in tutto il mondo. Nel mese di ottobre 2006, sono stati individuati più di 1400 incubatori in Nord America, a partire da soli 12 nel 1980. L'*Her Majesty's Treasury* ha individuato circa 25 sistemi di incubazione nel Regno Unito nel 1997; nel 2005, l'UKBI ha individuato circa 270 ambienti di incubazione in tutto il paese. Uno studio finanziato dalla Commissione Europea nel 2002 ha individuato circa 900 ambienti di incubazione in Europa occidentale.

L'attività di incubazione non è stata limitata a paesi sviluppati; ambienti di incubazione sono ora in corso di costituzione nei paesi in via di sviluppo sollevando interesse per il sostegno finanziario da parte di organizzazioni come UNIDO e la Banca World Bank.

#### Italia

Anche in Italia vi sono diversi esempi di incubatori aziendali detti anche incubatori d'impresa:

- Ⓜ H-FARM di Treviso
- Ⓜ Digital Magics di Milano
- Ⓜ Incubatore Magona - Progetto lanciato dal Consorzio Polo Tecnologico Magona di Cecina - Centro di ricerca specializzato nella chimica applicata ai processi industriali
- Ⓜ 2I3T dell'Università degli Studi di Torino
- Ⓜ I3P - Incubatore Imprese Innovative del Politecnico di Torino
- Ⓜ Incubatore Firenze - Incubatore per Aziende Tecnologiche ed Innovative - Promosso dal Comune di Firenze e gestito dalla SSTI - Scuola Superiore di Tecnologie Industriali
- Ⓜ Environment Park a Torino
- Ⓜ Parco Tecnologico Padano a Lodi
- Ⓜ Città della Scienza a Napoli

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

- Ⓜ Techno Seed di Udine
- Ⓜ Laboratorio Innovazione Breda di Sesto San Giovanni
- Ⓜ Euro Mediterranean Incubator (eBMS) di Lecce
- Ⓜ Consorzio Arca di Palermo
- Ⓜ Incubatore d'Impresa di Bergamo Sviluppo - Azienda Speciale della CCIAA di Bergamo
- Ⓜ Incubatore d'Impresa di Rieti; BIC - Business Innovation Centre Lazio
- Ⓜ 99 Fahrenheit - Incubatore per Aziende Tecnologiche legate all' ICT
- Ⓜ Euroimpresa Legnano - Agenzia di sviluppo
- Ⓜ Incubatore di imprese al VEGA – Venezia
- Ⓜ Fondazione La Fornace dell'Innovazione' Asolo (TV)
- Ⓜ Incubatore del Polo Tecnologico di Navacchio - Cascina (PI)
- Ⓜ Incubatore moda - B2B Moda e accessori

#### Riforma Fornero: dopo nove mesi più licenziati e più precari

<http://www.ilfattoquotidiano.it>

Dice la riforma Fornero che lo scopo è “*l’instaurazione di rapporti di lavoro più stabili*” e quello di ribadire “*il rilievo prioritario del contratto di lavoro subordinato a tempo indeterminato (...) quale forma comune di rapporto di lavoro*”. Adesso che sono passati quasi nove mesi dalla sua entrata in vigore si può dire che quell’auspicio è purtroppo destinato a rimanere tale. In realtà le due grandi direttrici di riforma – in attesa dei nuovi ammortizzatori sociali, che dovrebbero entrare a regime nel 2017, se mai lo faranno – hanno già largamente fallito: da un lato infatti la riduzione delle tutele dell’articolo 18 ha dato il via ad una serie di licenziamenti individuali prima impossibili (riuscendo per di più a peggiorare la situazione del contenzioso in tribunale), dall’altro gli irrigidimenti sull’uso dei contratti flessibili ha portato alla perdita di posti di lavoro o a un peggioramento delle condizioni di quelli già esistenti.

D’altronde, come ha detto lo stesso ministro, questa non è una riforma fatta per uscire dalla recessione, per quello “servivano i soldi”, mentre le nuove norme andranno verificate in condizioni normali: rimane però da chiedersi perché introdurre norme che rendono più facili i licenziamenti e più rigide le assunzioni in un momento in cui la priorità dovrebbe essere assicurare un posto a più gente possibile. Ecco, dunque, per capire di che si parla, un riassunto per punti della riforma e dei suoi risultati in questi mesi.

**Numeri.** Nei primi nove mesi del 2012 – analizzando il sistema delle comunicazioni obbligatorie al ministero del Lavoro – risultano 640.000 rapporti di lavoro interrotti con un licenziamento (tra individuali e collettivi), il che significa un aumento dell’11% sul 2011. Nello stesso periodo le dimissioni sono diminuite dell’8,7% passando da 1,22 milioni a 1,1 milioni. Vediamo come, invece, le assunzioni si sono divise tra i vari contratti disponibili nel terzo trimestre 2012, cioè con la riforma Fornero in vigore: oltre il 67% delle assunzioni è stato formalizzato con contratti a termine (1,65 milioni), solo il 17,5% a tempo indeterminato (430.912) e il 6,4% con contratti di collaborazione (156.845 unità). L’apprendistato ha riguardato appena il 2,5% delle assunzioni. Rispetto ai mesi precedenti si registra un crollo per le collaborazioni (-22,5%) e per gli “altri contratti” flessibili (-24,3%).

**Le difficoltà sui nuovi contratti.** Spiega l’ex ministro Renato Brunetta: “In 3 mesi, da luglio a settembre 2012, sono andati persi oltre 57.000 lavori “a progetto”, da luglio a dicembre 2012 circa

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

302.000 posti di lavoro. E la situazione, già drammatica, è destinata a peggiorare. La Banca d'Italia ha stimato che nei prossimi mesi si assisterà a un'ulteriore flessione della domanda: il tasso di posti vacanti, già basso, si è ancora ridotto da 0,7 a 0,5% delle posizioni lavorative attive nel terzo trimestre. Mentre un'indagine del sistema informativo Excelsior di Unioncamere e ministero del Lavoro mostra chiaramente tutte le difficoltà dei datori di lavoro nell'utilizzo dei nuovi contratti: nei primi tre mesi del 2013 le imprese dell'industria e dei servizi hanno previsto di rinunciare a 80.200 posizioni.

Come se non bastasse il contratto di apprendistato, su cui la riforma Fornero ha puntato come canale privilegiato d'ingresso al lavoro, rimane pressoché inutilizzato: nel terzo trimestre 2013 ne saranno attivati appena 8.800 (il 3,9% dei flussi in ingresso programmati totali nel periodo). Addirittura nel secondo trimestre 2012, prima quindi dell'arrivo della riforma Fornero, se ne attivavano di più: circa 10.300”.

**Da precari a disoccupati.** Solo il 5% dei precari è stato stabilizzato dopo la riforma Fornero e solo un altro 4% è passato ad un contratto flessibile con più tutele, mentre il 27% ha direttamente perso il lavoro e il 22% è scivolato verso un contratto peggiore. E' il risultato di un sondaggio online dei giovani della Cgil a cui hanno partecipato 500 precari (i risultati, ovviamente, sono puramente indicativi). Spiega Tommaso Dilonardo, avvocato del lavoro, fondatore e presidente di *Work in Progress*, Centro di ricerche sociali sul lavoro e le nuove forme di occupazione: “*Non è stata agevolata in modo elastico l'entrata nel mondo del lavoro dei giovani, anzi: prima i contratti a progetto e simili venivano sì stipulati in modo illegittimo, ma consentivano l'ingresso nel mercato del lavoro. La riforma Fornero, invece, ha irrigidito i parametri e adesso gli imprenditori sono più timorosi nell'adottare questi contratti per la paura della trasformazione del contratto a tempo indeterminato*”.

**Da stabili a disoccupati.** Ancora Dilonardo di *Work in Progress*: “*Stiamo assistendo nelle aule di tribunale, ma anche nelle commissioni territoriali delle Direzioni provinciali del lavoro, a una grande crescita dei licenziamenti tra gli ultracinquantenni. Questo perché alle aziende costano molto di più rispetto ai colleghi giovani e, inoltre, dopo la legge Fornero, non è più previsto il reintegro. Se l'obiettivo del governo era di agevolare l'uscita dal mercato del lavoro, allora ci sono riusciti*”.

**Da partite Iva a più partite Iva.** Rileva la Cgia di Mestre: “E' stata una vera esplosione: nel 2012 sono state aperte 549.000 partite Iva. Di queste ultime, 211.500 (pari al 38,5% del totale) sono ascrivibili a giovani con meno di 35 anni. Se infatti rispetto al 2011 le aperture totali sono cresciute del 2,2%, tra i giovani l'aumento è stato quasi esponenziale: +8,1%”. I settori maggiormente interessati sono il commercio all'ingrosso e al dettaglio, le professioni e le costruzioni, la zona il Mezzogiorno. Spiega il segretario Giuseppe Bortolussi: “*L'aumento del numero delle partite Iva in capo ai giovani lascia presagire, nonostante le misure restrittive della riforma del ministro Fornero, che questi nuovi autonomi lavorino prevalentemente per un solo committente*”. In sostanza, fissando paletti astratti come i 18.000 euro di soglia minima di reddito si finisce per garantire l'uso di “*partite Iva false*” e per di più senza controlli.

**Costo del lavoro.** Nonostante il peso del fisco sul lavoro fosse già alto, la riforma Fornero l'ha ulteriormente aumentato. Lo denuncia un documento di febbraio della *Fondazione studi dei Consulenti del lavoro*: colpa, per così dire, dell'aumento dei contributi dovuti per l'Aspi, dei nuovi

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

fondi di solidarietà e dell'aumento delle aliquote previdenziali (che, in realtà, si sta scaricando anche sul netto che arriva in tasca ai precari). Conclusione: *“Un elenco di criticità che fanno diventare illusoria la crescita dell'occupazione e che confermano la tendenza alla chiusura delle aziende”*.

**“Tsunami giudiziario”**. E' l'effetto della riforma Fornero sui tribunali del lavoro secondo Agi, associazione che raccoglie oltre 1.500 avvocati giuslavoristi: *“Lo diciamo oggi – ha spiegato il presidente Fabio Rusconi – a distanza di qualche mese dall'entrata in vigore: ora si può fare una diagnosi e, a livello interpretativo, l'impatto del rito carente e lacunoso sull'articolo 18 è stato devastante, come uno tsunami”*. La questione è molto tecnica, ma il processo del lavoro partorito dalla riforma è straordinariamente cavilloso e si è risolto, per opinione unanime di avvocati e magistrati, in *“una moltiplicazione dei processi”* e in *“un aggravio del carico già esorbitante della giustizia del lavoro”*. Al 31 dicembre, spiega Agi, i ricorsi con il rito Fornero sono stati 610 in tutto, 260 tra gennaio e febbraio, numeri che raddoppiano e addirittura triplicano se si considera che per lamentele diverse dal licenziamento il ricorso va fatto separatamente. E' tanto vero, ha raccontato Panorama, che al Tribunale di Milano esiste ormai un apposito *“ufficio Fornero”*.

#### Scheda: Riforma Fornero in sintesi

<http://www.ilfattoquotidiano.it>

**Articolo 18.** In caso di licenziamento per motivi economici non è più previsto il reintegro automatico. Il giudice potrà decidere di chiudere il caso con un risarcimento (tra le 15 e 27 mensilità).

**Lavoro a tempo determinato.** Diventa più costoso per i datori di lavoro perché prevede un contributo aggiuntivo dell'1,4% per finanziare l'Aspi (i nuovi ammortizzatori sociali). Il primo contratto di questo tipo potrà essere stipulato anche senza indicare la causale e potrà avere una durata massima di 12 mesi (resta il limite massimo di 36 mesi di rinnovi prima dell'assunzione a tempo indeterminato o della risoluzione del rapporto): tra un contratto e l'altro, poi, devono trascorrere almeno 90 giorni (prima erano 20) se il contratto ha superato i sei mesi, e almeno 60 se non lo ha fatto (prima erano 10).

**Apprendistato.** Dovrebbe diventare la via principale d'accesso al lavoro per i giovani: questo contratto non può avere durata inferiore ai sei mesi e i datori di lavoro sono tenuti ad assumere almeno la metà degli apprendisti avuti nell'arco di 36 mesi (fino al 2015 la percentuale è del 30%), pena l'impossibilità di procedere con l'assunzione di nuovi apprendisti.

**Partite Iva.** Sono considerate “false” quelle il cui reddito deriva per almeno l'80% da un unico committente con un rapporto continuativo che duri più di otto mesi in un anno e preveda una postazione di lavoro in azienda: bastano due condizioni su tre per giustificare una causa, ma l'imprenditore non è obbligato ad assumere il lavoratore se il suo reddito supera i 18mila euro, è iscritto ad un ordine professionale o svolge un lavoro ad alte competenze tecniche.

**Cocopro.** Per questa tipologia di contratti è previsto un aumento dei contributi previdenziali e l'indicazione precisa e obbligatoria del progetto e del risultato finale atteso. Parecchie complicazioni burocratiche sono previste pure per l'utilizzo dei *voucher* per i lavori occasionali.

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

#### Berenice Abbott e la “Straight photography”. Le foto di “Changing New York”

[www.wikipedia.it](http://www.wikipedia.it)

Berenice Abbott nacque nel 1898 a Springfield, nell'Ohio, dove crebbe con la madre divorziata. Iniziò gli studi alla Ohio State University, che però abbandonò agli inizi del 1918. Nello stesso anno si trasferì con i suoi amici dell'università al Greenwich Village di New York, dove venne ospitata dall'anarchico Hippolyte Havel. La Abbott condivise una grande casa nella Greenwich Avenue insieme ad altre persone, tra le quali la scrittrice Djuna Barnes, il filosofo Kenneth Burke, ed il critico letterario Malcolm Cowley. Mentre studiava scultura conobbe Man Ray e Sadakichi Hartmann. Nel 1919 rischiò di morire a causa della pandemia di influenza spagnola.

Anche se la Abbott non discusse mai pubblicamente della sua sessualità, la relazione più lunga della sua vita fu con un'altra donna (Elizabeth McCausland), ed è stata descritta come una lesbica. All'inizio della sua carriera, la Abbott fu aperta, all'interno della comunità artistica, circa la sua sessualità, ma più tardi nel corso della sua vita, divenne più appartata e prudente.



James Joyce, 1928

La Abbott si recò in Europa nel 1921, passando due anni a studiare

scultura a Parigi e Berlino. In questo periodo adottò lo spelling francese del suo nome, "Berenice", su suggerimento di Djuna Barnes. Oltre al suo lavoro nelle arti visive, la Abbott pubblicò anche delle poesie nella rivista di letteratura sperimentale "Transition".



Nightview, New York, 1932

L'interesse della Abbott nella fotografia nacque nel 1923, quando Man Ray, che era alla ricerca di qualcuno che non sapesse assolutamente niente di fotografia e facesse quindi solo quello che gli veniva detto, la assunse come assistente alla camera oscura nel suo studio di Montparnasse. In seguito la Abbott scrisse: "Mi avvicinai alla fotografia come un'anatra si avvicina all'acqua. Non ho mai voluto fare niente altro". Ray fu impressionato dai suoi lavori e le permise di usare il suo studio. Nel 1926 la Abbott tenne la sua prima mostra personale (nella galleria "Au Sacre du Printemps") e avviò un suo studio, in Rue du Bac. Dopo un breve periodo passato a studiare fotografia a Berlino, fece ritorno a Parigi nel 1927 e avviò un secondo studio, in Rue Servandoni.

Berenice Abbott si concentrò sulle persone del mondo artistico e letterario: francesi (Jean Cocteau), espatriati (James Joyce), e persone di passaggio in città. Secondo Sylvia Beach, "Essere "fatti" da Man Ray o Berenice Abbott significava che eri qualcuno". I lavori della Abbott vennero messi in mostra a Parigi assieme a quelli di Man Ray, Kertész e altri, nel "Salon de l'Escalier" — o più formalmente il "Premier Salon Indépendant de la Photographie", sulla scalinata del Théâtre des



# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

Champs-Élysées. La sua ritrattistica era insolita nelle mostre dei fotografi modernisti che si svolsero nel 1928–9 a Bruxelles e in Germania. Nei primi anni 1920 ebbe una relazione con l'artista Thelma Ellen Wood.



**Under the El at the Battery, 1936**

Nel 1925 venne introdotta da Man Ray alla fotografia di Eugène Atget. Divenne così una grande ammiratrice delle opere di Atget, più di quanto lo fossero Ray e la sua cerchia, e nel 1927 riuscì a convincerlo a posare per un ritratto. Atget morì poco tempo dopo. Anche se il governo aveva acquisito gran parte dei suoi archivi ..., la Abbott fu in grado di acquistare i negativi rimanenti nel giugno 1928, e iniziò rapidamente a lavorare alla loro promozione. Un primo e tangibile risultato fu nel 1930 il libro *“Atget, photographe de Paris”*, nel quale compare come redattore fotografico. Il lavoro della Abbott a vantaggio di Atget sarebbe continuato fino alla vendita del suo archivio nel 1968. Oltre al suo libro *The World of Atget* (1964), fornì le fotografie per *A Vision of Paris* (1963), pubblicò un portfolio, *Twenty Photographs*, e scrisse dei saggi. Grazie ai suoi sforzi continui aiutò Atget ad ottenere un riconoscimento internazionale.

Berenice Abbott iniziò a documentare New York nel 1929. Nel 1935 la Abbott si trasferì in un loft al Greenwich Village, con la critica d'arte Elizabeth McCausland, con la quale visse fino alla morte di questa nel 1965. Le due collaborarono a un lavoro sostenuto dal Federal Art Project e pubblicato nel 1939 in forma di libro col titolo di *“Changing New York”*. Usando una macchina fotografica a grande formato, la Abbott fotografò New York City con la stessa attenzione ai dettagli e la diligenza che aveva appreso dalla carriera di Eugène Atget. La sua opera ha fornito una cronaca storica di molti edifici e isolati oggi demoliti di Manhattan.

Lo stile diretto della sua fotografia aiutò la Abbott a dare un importante contributo alla fotografia scientifica. Nel 1958 produsse una serie di fotografie per un libro di testo di fisica per le scuole superiori. Non solo la Abbott era una fotografa, ma nel 1947 diede anche vita alla *“House of Photography”*, per promuovere e vendere alcune delle sue invenzioni. Tra queste un cavalletto per distorsioni, che creava effetti insoliti nelle immagini sviluppate in camera oscura, e la lampada telescopica, oggi nota da molti fotografi di studio come *Autopole*, alla quale le luci possono essere attaccate a qualsiasi altezza. A causa del marketing carente, la *House of Photography* perse rapidamente soldi, e con la morte dei due designer, la società andò a picco.

Nel 1934 Henry-Russell Hitchcock chiese alla Abbott di fotografare due soggetti: l'architettura prebellica e l'architettura di H. H. Richardson. Due decenni dopo la Abbott e la McCausland

Nel 1925 venne introdotta da Man Ray alla fotografia di Eugène Atget. Divenne così una grande ammiratrice delle opere di Atget, più di quanto lo fossero Ray e la sua cerchia, e nel 1927 riuscì a convincerlo a posare per un ritratto. Atget morì poco tempo dopo. Anche se il governo aveva acquisito gran parte dei suoi archivi ..., la Abbott fu in grado di acquistare i negativi rimanenti nel giugno 1928, e iniziò rapidamente a lavorare alla loro promozione. Un primo e tangibile risultato fu nel 1930 il libro *“Atget, photographe de Paris”*, nel quale compare come redattore fotografico. Il lavoro della Abbott a vantaggio di Atget sarebbe continuato fino alla vendita del suo archivio nel 1968. Oltre al suo libro *The World of Atget* (1964), fornì le fotografie per *A Vision of Paris* (1963), pubblicò un portfolio, *Twenty Photographs*, e scrisse dei saggi. Grazie ai suoi sforzi continui aiutò Atget ad ottenere un riconoscimento internazionale.



**Hot Dog Stand West St and North Moore Manhattan, 1936**

# Il Quinto Cielo

## News letter

### Giugno 2013 – N°10

viaggiarono lungo la US 1 dalla Florida al Maine, e la Abbott fotografò le piccole cittadine e la crescente architettura legata all'automobile. Il progetto produsse oltre 2.500 negativi. Poco dopo la Abbott subì un intervento ai polmoni. Le venne detto che a causa dell'inquinamento dell'aria sarebbe stato nel suo interesse allontanarsi da New York. Comprò una casa diroccata nel Maine per soli mille dollari e vi rimase fino alla sua morte nel 1991.

Il lavoro di Berenice Abbott nel Maine continuò anche dopo la fine di quel progetto e il suo trasferimento in tale stato, e produsse il suo ultimo libro "A Portrait of Maine".

La Abbott fece parte del movimento della *Straight photography*, che sottolineava l'importanza di avere fotografie non manipolate né per quanto riguarda il



**Financial district rooftops III in  
Manhattan, 1938**



**Pike and Henry Street, 1936**

sua convinzione che un'invenzione moderna come la macchina fotografica meritasse di documentare il XX secolo.

soggetto, né per quanto riguarda il processo di sviluppo. Era inoltre contro i pittorialisti come Alfred Stieglitz, che avevano guadagnato molta popolarità durante un notevole periodo della sua carriera, e che quindi lasciarono il suo lavoro senza supporto da parte di questa particolare scuola di fotografi.

Nel corso di tutta la sua carriera, la fotografia della Abbott consistette molto nel mettere in mostra l'aumento dello sviluppo nella tecnologia e nella società. Le sue opere documentano e lodano il panorama di New York. Tutto ciò fu guidato dalla

### **Dietro il sole e la notte**

*Corremmo all'infinito, a perdicore, dietro il sole e la notte;  
ci tuffammo dentro il profondo vino solitario d'amore;  
toccammo terra, ed era grigia e densa, e soffice di cenere il mattino.  
Sì, il giuramento fu vano – illusione, forse, di quel profondo aereo vino.  
Ma pensa, figlio, ma credimi, figlia: se non avessimo giurato azzurro  
allora, non fareste oggi,  
danzando dietro il sole e la notte,  
quello stesso cammino.*

**(Djuna Barnes, da *Discanto*, poesie 2011 - 1982)**